

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

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



№ 12(68) / 2022



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

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

№ 12(68)

Київ 2022

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, 2022

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2022

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

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (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, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Белялов Талат Енверович — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу 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)

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

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

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

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

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

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

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

Русіна Юлія Олександрівна — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, 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 Державного 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 інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

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

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Державного 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)

Imamov Khamdilla — PhD, доцент Ташкентського державного економічного університету (Ташкент, Узбекистан)

ЗМІСТ

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

- Бондар Наталія Петрівна, Шаран Лариса Олександрівна,
Губеня В'ячеслав Олександрович, Стахурська Лілія Вацлавівна**
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДЛЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ
ВИМОГ СТАНДАРТУ ДСТУ ISO 9001:2015 9
- Давидова Оксана Юрійвна, Сисоєва Світлана Ігорівна**
КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ
ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 17
- Кожухівська Раїса Борисівна**
ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... 29
- Петренко Наталія Олександрівна**
СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ..... 36

ЕКОНОМІКА

- Григораш Ольга Вікторівна**
МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ ТА ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КРАЇНАХ ОЕСР 43
- Смельянов Олександр Юрійович, Баланська Олена Ігорівна, Жигало Оксана Юрійвна**
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ІНВЕСТИВАННЯ У ЖИТЛОВЕ
БУДІВНИЦТВО 48
- Петрішина Тетяна Олександрівна, Немировська Оксана Вікторівна,
Лошенко Оксана Вікторівна**
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ..... 55

МАРКЕТИНГ

- Писар Надія Богданівна, Даниленко Даніїл Анатолійович**
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА 63

МЕНЕДЖМЕНТ

- Абрамович Мацей**
ОПТИМІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ
ПІДПРИЄМСТВА 72

Погребняк Андрій Тарасович МОДЕЛЬ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	79
--	----

Русин-Гриник Роман Романович, Павловські Гжегож, Павленчик Наталія Федорівна, Пилипенко Іов Миколайович, Батьковець Наталія Олегівна, Куриліна Оксана Василівна КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ Е-БІЗНЕСУ	85
--	----

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Verhun Larysa BUSINESS ETIQUETTE AS A TOOL FOR INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS STUDENTS' SOFT SKILL DEVELOPMENT	93
--	----

Бугайко Дмитро Олександрович, Гуріна Ганна Сергіївна, Заблоцька Ріта Олександрівна, Корж Марина Володимирівна, Сидоренко Катерина Вікторівна СВІТОВИЙ РИНОК ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ АВІАЦІЇ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВІДНОСИН	99
---	----

Румянцев Анатолій Павлович, Грущинська Наталія Миколаївна, Пічкурова Зоя Володимирівна ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ	111
---	-----

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Бугай Надія Олександрівна ВИСНОВОК ЕКСПЕРТА-ЕКОНОМІСТА ЯК ВИЧЕРПНЕ ДЖЕРЕЛО ДОКАЗІВ ТА ЙОГО ОЦІНКА.....	123
--	-----

Шерстюк Олександр Леонідович, Дем'яненко Тетяна Євгенівна ПАРАМЕТРИЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	129
---	-----

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Хадарцев Олександр Валентинович БІРЖОВІ ІНСТРУМЕНТИ МІНІМІЗАЦІЇ ЦІНОВИХ РИЗИКІВ РИНКУ АГРОПРОДУКЦІЇ.....	139
---	-----

Яворська Надія Петрівна, Данько Тетяна Іванівна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЄС	145
--	-----

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Добровольська Олена Володимирівна, Зубко Оксана Володимирівна, Корогод Ілля Андрійович МЕНЕДЖМЕНТ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ — ДОМІНАНТИ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	151
---	-----

Нікітішин Андрій Олександрович, Пасічний Микола Дмитрович АНАЛІЗ ФІСКАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ	158
--	-----

CONTENTS

HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

- Bondar Nataliia, Sharan Larysa, Hubenia Viacheslav, Stakhurska Liliia**
QUALITY MANAGEMENT SYSTEM FOR HOTELS ACCORDONGLY TO THE REQUIREMENTS
OF THE STANDARD DSTU ISO 9001:2015 9
- Davydova Oksana, Sysoieva Svitlana**
CONCEPTUAL DIRECTIONS OF PROVIDING AND IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES
OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS..... 17
- Kozhukhivska Raisa**
APPLICATION OF THE INTERNET TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF IMPLEMENTATION
OF COMMUNICATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES IN THE SPHERE OF TOURISM AND
HOSPITALITY INDUSTRY 29
- Petrenko Nataliia**
SERVICE INNOVATIONS AS A ESSENTIAL ELEMENT FOR THE DEVELOPMENT
OF THE HOSPITALITY INDUSTRY 36

ECONOMY

- Hryhorash Olha**
FUNDING MODELS AND QUALITY OF HIGHER EDUCATION IN OECD COUNTRIES 43
- Yemelyanov Olexandr, Balanska Olena, Zhyhalo Oksana**
THEORETICAL PRINCIPLES OF RISK ASSESSMENT OF INVESTMENT IN HOUSING
CONSTRUCTION..... 48
- Petrishyna Tetiana, Nemyrovska Oksana, Losheniuk Oksana**
MARKETING COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION: CURRENT
TRENDS IN THE USE OF SOCIAL NETWORKS 55

MARKETING

- Pysar Nadiia, Danylenko Daniil**
ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE COMPANY'S COMPETITIVE STRATEGY 63

MANAGEMENT

- Abramowicz Maciej**
OPTIMIZATION-INFORMATION MODEL OF ENTERPRISE BUSINESS PROCESS
MANAGEMENT 72
- Pohrebniak Andrii**
MODEL OF INTEGRATED ASSESSMENT OF THE ECONOMIC POTENTIAL
OF THE ENTERPRISE..... 79

Rusyn-Hrynyk Roman, Pawlowski Grzegorz, Pavlenchyk Nataliia, Pylypenko Iov, Batkovets Nataliia, Kurilina Oksana CLUSTERING OF FACTORS INFLUENCING MANAGERIAL DECISIONS-MAKING OF E-BUSINESS ENTERPRISES.....	85
---	----

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Verhun Larysa BUSINESS ETIQUETTE AS A TOOL FOR INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS STUDENTS' SOFT SKILL DEVELOPMENT	93
Bugayko Dmytro, Gurina Ganna, Zablotska Rita, Korzh Maryna, Sydorenko Kateryna THE GLOBAL TECHNOLOGY MARKET IN THE FIELD OF AVIATION AS A FORM OF IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL RELATIONS	99
Rumiantsev Anatolii, Hrushchynska Nataliia, Pichkurova Zoia TRANSFORMATION OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS OF UKRAINE	111

ACCOUNTING AND TAXATION

Bugay Nadia EXPERT ECONOMIST'S OPINION AS AN INEXHAUSTIBLE SOURCE OF EVIDENCE AND ITS ASSESSMENT	123
Sherstiuk Oleksandr, Demianenko Tetiana PARAMETERIZATION OF THE MANAGEMENT ACCOUNTING ANALYTICAL FUNCTION.....	129

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Khadartsev Oleksandr EXCHANGE INSTRUMENTS FOR MINIMIZING THE PRICE RISKS OF THE AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET	139
Yavorska Nadiya, Danko Tetyana FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY OF UKRAINE AND THE EU	145

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Dobrovol'ska Olena, Zubko Oksana, Korogod Illya MANAGEMENT OF EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES — DOMINANTS IN THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT SYSTEM	151
Nikitishin Andriy, Pasichnyi Mykola ANALYSIS OF FISCAL EFFICIENCY OF VALUE ADDED TAX.....	158

УДК 640.41

Бондар Наталія Петрівна
*кандидат технічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Національний університет харчових технологій*

Bondar Nataliia
*PhD, Associate Professor of the
Department of Hotel and Restaurant Business
National University of Food Technologies
ORCID: 0000-0002-6204-7328*

Шаран Лариса Олександрівна
*кандидат технічних наук, доцент,
завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи
Національний університет харчових технологій*

Sharan Larysa
*PhD, Associate Professor,
Head of the Department of Hotel and Restaurant Business
National University of Food Technologies
ORCID: 0000-0001-6404-0907*

Губеня В'ячеслав Олександрович
*кандидат технічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Національний університет харчових технологій*

Hubenia Viacheslav
*PhD, Associate Professor of the
Department of Hotel and Restaurant Business
National University of Food Technologies
ORCID: 0000-0002-6987-633X*

Стахурська Лілія Вацлавівна
*асистент кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції
Національний університет харчових технологій*

Stakhurska Liliia
*Senior Lecturer of the Department of
Technology of Restaurant and Ayurvedic Products
National University of Food Technologies*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8489

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
ДЛЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ
ВИМОГ СТАНДАРТУ ДСТУ ISO 9001:2015**

**QUALITY MANAGEMENT SYSTEM FOR HOTELS
ACCORDING TO THE REQUIREMENTS OF
THE STANDARD DSTU ISO 9001:2015**

Анотація. Інтеграція України в європейські структури і світову економічну систему потребує забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, що, в першу чергу, пов'язано з підвищенням якості їх продукції та послуг. Постійне підвищення якості продукції, робіт та послуг сприятиме насамперед формуванню позитивного міжнародного іміджу України та відродженню вітчизняних підприємств. Сучасною філософією у забезпеченні якості продукції, процесів та послуг для будь-якого підприємства, установи, організації є побудова ефективних систем управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Для підприємств готельно-ресторанного господарства, як найбільш вагомому сегменту туристичної індустрії, питання підвищення якості продукції та послуг завжди залишається актуальним, навіть в умовах економічної та фінансової кризи. Розвиток українського ринку готельних послуг спрямований на реформування та адаптацію готельних підприємств до змін ринкового середовища, підвищення конкурентоспроможності та ефективності українських готельних підприємств на світовому ринку, впровадження світових стандартів якості готельного обслуговування.

Головною метою готельного підприємства, що прагне досягнути конкурентоспроможності на міжнародному рівні, є побудова системи управління якістю та отримання сертифіката якості на відповідність міжнародним стандартам ISO 9000. Це вимагає дотримання вимог щодо матеріальної бази готельного підприємства, кваліфікації персоналу та ефективної організаційно-функціональної структури підприємства.

У статті досліджено сутність та значення системи управління якістю в діяльності готельних підприємств. Детально розглянуто принципи управління якістю: орієнтація на замовника; лідерство; зацікавленість персоналу; процесний підхід; поліпшення; прийняття рішень на підставі фактичних даних; керування взаємовідносинами. З урахуванням вимог ДСТУ ISO 9001:2015 визначені та описані процеси управління якістю, які є типовими для підприємств готельно-ресторанного господарства.

Ключові слова: міжнародні стандарти ISO 9000, принципи управління якістю, система управління якістю, процесний підхід, готельні підприємства.

Summary. The integration of Ukraine into European structures and the world economic system requires ensuring the competitiveness of domestic enterprises both in the domestic and foreign markets, which is primarily associated with improving the quality of products and services. The constant improvement of the quality of products, works and services will contribute, first of all, to the formation of a positive international image of Ukraine and the revival of domestic enterprises. The modern philosophy in ensuring the quality of products, processes and services for any enterprise, institution, organization is the construction of effective quality management systems based on the international standards ISO 9000 series.

For enterprises of the hotel and restaurant industry, as the most significant segment of the tourism industry, the issue of improving the quality of products and services always remains relevant, even in the context of the economic and financial crisis. The development of the Ukrainian market of hotel services is aimed at reforming and adapting hotel enterprises to changes in the market environment, increasing the competitiveness and efficiency of Ukrainian hotel enterprises in the world market, and introducing world standards for the quality of hotel services.

The main goal of a hotel company seeking to achieve an international competitiveness is building up a quality management system and obtain a quality certificate for compliance with international standards ISO 9000. It requires compliance with the requirements of the hotel company's material base, staff qualifications and an effective organizational and functional structure of the enterprise.

The article explores the essence and significance of the quality management system in the activities of hotel enterprises. The principles of quality management are considered in detail: customer orientation; leadership; staff involvement; process approach; improvement; making decisions based on evidence; relationship management. Taking into account the requirements of DSTU ISO 9001:2015, quality management processes that are typical for hotel and restaurant enterprises are defined and described.

Key words: international standards ISO 9000, quality management principles, quality management system, process approach, hotel enterprises.

Постановка проблеми. Визначальним фактором при виборі гостем готельного підприємства і бажання скористатися його послугами є висока якість обслуговування і наданих послуг. Для забезпечення якості послуг, що відповідають вимогам міжнародних стандартів, необхідно введення єдиних законодавчих вимог, стандартів обслуговування, процесів аналізу й перевірки якості продукції та послуг у закладах сфери гостинності.

Сучасною філософією у забезпеченні високої якості продукції, процесів та послуг для будь-якого підприємства, установи, організації, в т.ч. готельних підприємств, є побудова ефективних систем управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Системи управління якістю охоплюють усі етапи життєвого циклу продукції (послуги), починаючи з маркетингових досліджень і завершуються

післяопераційним контролем та оцінкою ступеня задоволення споживачів. У стандартах ISO 9001 процесний підхід у впровадженні системи управління якістю є визначальним фактором. У механізмі управління якістю готельних послуг на основі процесного підходу в системі якості можна виокремити дві групи процесів: основні та допоміжні. Першу групу становлять процеси створення та реалізації готельних послуг (бізнес-процеси), другу групу складають процеси менеджменту та процеси забезпечення.

Розуміння та керування взаємопов'язаними процесами як системою сприятиме результативності та ефективності готельного підприємства у виконанні поставлених завдань та досягненні запланованих результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі забезпечення якості й конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності, методичних підходів до оцінки якості готельних послуг, визначення перспектив і напрямів подальшої ефективної діяльності готельних підприємств присвячено роботи значної кількості вітчизняних та іноземних фахівців готельно-ресторанної справи. Питанню розробки систем управління якістю для вітчизняних підприємств, в т.ч. сфери послуг, приділяють увагу в тому чи іншому аспекті вітчизняні науковці та практики, зокрема Д'яконова А.К. [3], Тітомир Л.А. [3], Сімкова Т.О. [4], Кириченко А.І. [4], Семенов В.Ф. [5], Гуткевич С.О. [6], Кравченко О.В. [6], Ткаченко Т.І. [7], Мельниченко С.В. [7], Босовська М.В. [7] та ін. Використання систем менеджменту за різноманітними стандартами було запроваджено відносно нещодавно і тому потребує більш детального вивчення та аналізу.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення та встановлення взаємозв'язків між процесами в системі управління якістю, які є типовими для підприємств готельно-ресторанного господарства з урахуванням вимог ДСТУ ISO 9001:2015.

Виклад основного матеріалу дослідження. У вересні 2015 року Міжнародною організацією зі стандартизації ISO (*International Organization for Standardization, 1946 p.*), були прийняті нові версії стандартів ISO 9000:2015 та ISO 9001:2015 — п'ята редакція популярного у всьому світі сімейства стандартів.

Згідно з ДСТУ ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. Вимоги», організація повинна встановити, задокументувати, впровадити та підтримувати систему управління якістю і постійно

поліпшувати її результативність згідно з вимогами державного стандарту.

Основою формування стандартів управління якістю визначено *сім принципів управління якістю*: орієнтація на замовника; лідерство; задіяність персоналу; процесний підхід; поліпшення; прийняття рішень на підставі фактичних даних; керування взаємовідносинами.

Для кожного принципу управління якістю подано «твердження», що описує цей принцип, «обґрунтування», що пояснює, чому організація має приділяти увагу цьому принципу, «ключові вигоди», які стосуються принципів, та «можливі дії», які організація може виконати.

Першим принципом управління якістю є «*Орієнтація на замовника*», суть якого полягає в тому, що основну увагу в управлінні якістю приділяють задоволенню вимог замовника та прагненню до перевершення його очікувань. Це є дуже важливим, оскільки тільки те підприємство досягне сталого успіху, яке пов'язує цілі з потребами та очікуваннями замовників; привертає та утримує довіру замовників й інших відповідних зацікавлених сторін, розуміючи їх поточні і майбутні потреби, створюючи цим самим більшу цінність для замовника, збільшуючи його задоволеність, лояльність і відповідно — покращуючи репутацію та імідж підприємства, розширюючи базу замовників та збільшуючи доходи.

Другим, але ключовим принципом управління якістю, є «*Лідерство*», адже саме від лідерства керівників на всіх рівнях управління залежить формування та реалізація політики у сфері якості, задіяність персоналу до формування та досягнення цілей у сфері якості, створення умов для їх мотивації і розвитку. Все це дозволить узгоджувати стратегії, політику, процеси та ресурси для досягнення своїх цілей, цим самим підвищити результативність та ефективність в досягненні цілей у сфері якості, покращувати координацію процесів, забезпечувати інформаційний зв'язок між рівнями та функціями; розвивати та поліпшувати спроможність підприємства і його персоналу отримувати бажані результати.

Реалізація принципу «*Задіяність персоналу*» є дуже важливою в управлінні якістю, адже компетентний та задіяний персонал на всіх рівнях суттєво важливий для покращення спроможності створювати цінність [1; 2]. Для забезпечення якості, результативності та ефективності необхідно особливу увагу приділяти залученню персоналу до формування та реалізації політики і цілей у сфері якості, створювати умови для їх мотивації, заохочень та

розвитку, тим самим залучаючи їх до постійного поліпшення своєї діяльності, підвищення фахового розвитку, ініціативності та креативності, підвищення задоволеності від отриманих результатів діяльності, посилюючи довіру та співпрацю, формуючи корпоративну культуру — спільні цінності, традиції, етику поведінки та доброчесність.

Дуже важливим етапом створення СУЯ є реалізація принципу *«Процесний підхід»*. Суть його полягає в тому, що діяльність будь-якого підприємства, служби, організації має розглядатися з точки зору споживача; має перетворювати вимоги споживача у конкретні вимоги до якості продукції, послуг; для цього необхідно ідентифікувати ключові процеси, які впливають на їх якість; визначати взаємозв'язок та взаємодію між ключовими процесами; описувати процеси через систему показників процесів; визначати ресурси для здійснення процесів та відповідальних за процеси; розробляти методики вимірювання показників процесів; здійснювати моніторинг за процесами (їх показниками); аналізувати встановлені невідповідності під час протікання процесів; здійснювати коригувальні та запобіжні заходи; проводити постійне удосконалення процесів; реєструвати результати моніторингу та удосконалення процесів; керувати ризиками, які можуть вплинути на виходи процесів і загальні результати СУЯ.

Для розроблення та впровадження СУЯ може бути запропонована структура процесів, яка включає: управлінські процеси (розроблення стратегії та оперативних планів, моніторинг та аналіз діяльності); процеси забезпечення надання послуг (вивчення очікувань споживачів, інформування споживачів, розроблення та впровадження нових послуг); процеси надання послуг; процеси управління ресурсами (управління персоналом, інфраструктурою, інформаційними ресурсами, фінансами тощо).

Створення, функціонування і розвиток СУЯ неможливі без реалізації принципу *«Поліпшення»*. З позиції стандарту поліпшення можна розглядати з різних точок зору: як мету діяльності; як інструмент управління якістю; як процес. Так, поліпшення можна розглядати як мету діяльності, оскільки передбачено, що успішні організації постійно зорієнтовані на поліпшення [1]. Як інструмент управління якістю поліпшення можна розглядати тому, що поліпшування (improvement) є дією щодо підвищення дієвості; показник діяльності (performance) — це вимірний результат.

Поліпшування можна розглядати і як процес, оскільки процес установлення цілей і пошуку

можливостей поліпшування — це постійний процес, у якому використовують дані аудиту і висновки аудиту, аналізування даних, аналізування стосовно управління чи інші засоби і який звичайно зумовлює коригувальну дію чи запобіжну дію [1].

З урахуванням ДСТУ ISO 9000:2015 [1] реалізація принципу *«Прийняття рішень на підставі фактичних даних»* передбачає, що рішення, базовані на аналізуванні й оцінюванні даних та інформації, сприяють досягненню бажаних результатів. Прийняття рішень може бути складним процесом і це завжди передбачає деяку невизначеність. Часто це охоплює чимало видів і джерел вхідних даних, а також їх інтерпретацію, яка може бути суб'єктивною. Важливо розуміти причинно-наслідкові зв'язки та можливі непередбачені наслідки. Аналізування фактів, доказів і даних зумовлює більшу об'єктивність і впевненість у прийнятті рішень.

Не менш важливим для створення СУЯ є реалізація принципу *«Керування взаємовідносинами»*. ДСТУ ISO 9000:2015 передбачає, що для досягнення сталого успіху підприємство (організація) мають керувати своїми взаємовідносинами з відповідними зацікавленими сторонами, наприклад, з постачальниками щоб оптимізувати їхній вплив на свою дієвість [1; 2].

Для цього необхідно: визначити відповідних зацікавлених сторін (наприклад, постачальників, партнерів, замовників, інвесторів, працівників або суспільства в цілому) і їхніх зв'язків з підприємством; визначити та встановити пріоритетність взаємовідносин із зацікавленими сторонами, що ними потрібно керувати; установити взаємовідносини, які збалансують вигоди короткострокового та довгострокового характеру; збирати інформацію та обмінюватися нею й експертним досвідом з відповідними зацікавленими сторонами; вимірювати показники діяльності та забезпечити щодо них зворотного зв'язку із зацікавленими сторонами, за потреби, щоб сприяти ініціативам з поліпшування; запровадити спільну діяльність щодо розвинення та поліпшування з постачальниками, партнерами та іншими зацікавленими сторонами; заохочувати, визнавати поліпшення та досягнення постачальників і партнерів [1; 2].

Для формування системи управління якістю, у першу чергу, необхідно враховувати вимоги стандарту ДСТУ ISO 9001:2015 до кожного з семи вищенаведених принципів управління якістю.

Розглянемо принцип «процесного підходу» при розробці СУЯ для готельного підприємства. Зокрема, процесний підхід передбачає, що готель-

не підприємство має розглядатися з точки зору споживача, має перетворювати вимоги споживача в конкретні вимоги до якості послуг. Розуміння та керування взаємопов'язаними процесами як системою сприятиме результативності та ефективності готельного підприємства у виконанні поставлених завдань та досягненні запланованих результатів.

Для цього необхідно з урахуванням вимог ДСТУ ISO 9001:2015 [2]:

- розробити політику та цілі у сфері якості;
- ідентифікувати ключові процеси, які впливають на якість продукції / послуг;
- визначити взаємозв'язок та взаємодію між ключовими процесами;
- описати процеси через систему показників процесів;
- визначити ресурси для здійснення процесів та відповідальних за процеси;
- розробити методики вимірювання показників процесів;
- здійснювати моніторинг за процесами (їх показниками);

- розглядати ризики та можливості;
- аналізувати встановлені невідповідності під час протікання процесів;
- здійснювати коригувальні та запобіжні заходи;
- проводити постійне удосконалення процесів;
- реєструвати результати моніторингу та удосконалення процесів.

З урахуванням вимог ДСТУ ISO 9001:2015 [2] визначимо *процеси управління якістю*, які є типовими для підприємств готельно-ресторанного господарства, що графічно зображено на рис. 1.

Лідерство (розділ 5). Відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2015 [2] найвище керівництво повинне демонструвати своє лідерство та своє зобов'язання щодо системи управління якістю; орієнтації на замовника; формування політики та цілей у сфері якості; інформування про політику у сфері якості; визначення функцій, обов'язків та повноважень щодо впровадження СУЯ. Тому серед обов'язкових процесів СУЯ готельного підприємства відповідно до цього розділу мають бути процеси: «Формування стратегії готельного підприємства» (5.1); «Забезпечення створення

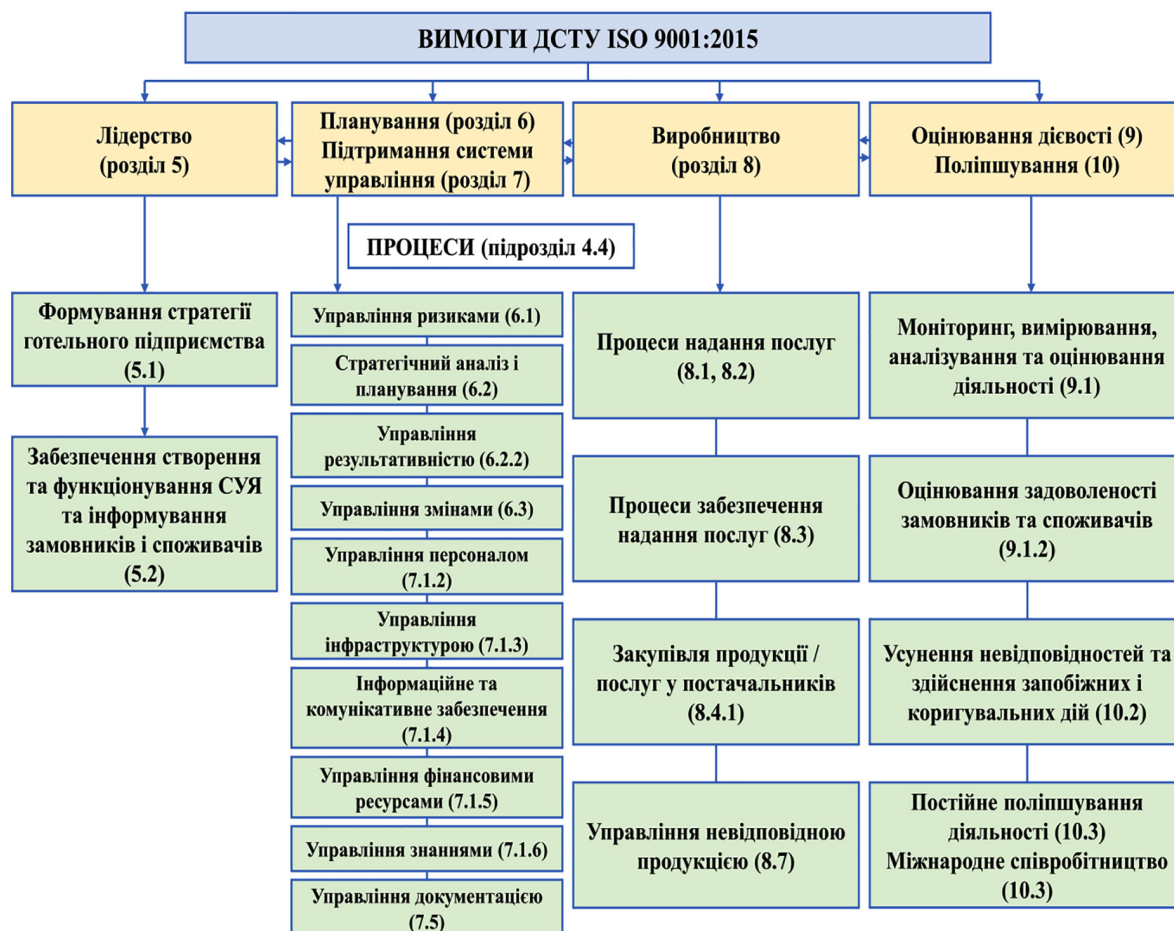


Рис. 1. Процеси управління якістю готельного підприємства відповідно до ДСТУ ISO 9001:2015

Джерело: складено авторами на основі [2]

і функціонування СУЯ та інформування замовників і споживачів» (5.2).

Планування (розділ 6) [2]. Планування як важливий етап СУЯ готельного підприємства передбачає розгляд дій стосовно ризиків і можливостей; встановлення цілей у сфері якості та планування дій для їх досягнення та планування змін. Тому для забезпечення планування СУЯ готельного підприємства необхідно визначити такі процеси як: «Управління ризиками» (6.1); «Стратегічний аналіз та планування» (6.2); «Управління результативністю» (6.2.2); «Управління змінами» (6.3).

Підтримання системи управління (розділ 7) [2]. Цей розділ передбачає, що готельне підприємство повинно визначити ресурси, потрібні для розроблення, запровадження, підтримування та постійного поліпшування СУЯ, та забезпечити їх наявність. Це стосується людських ресурсів, інфраструктури, середовища для функціонування процесів, ресурсів для моніторингу та вимірювання, компетентності, обізнаності та поінформованості персоналу, задокументованої інформації, її створювання, актуалізування та контролю. Тому серед процесів СУЯ готельного підприємства мають бути визначені такі процеси як: «Управління персоналом» (7.1.2); «Управління інфраструктурою» (7.1.3); «Інформаційне та комунікативне забезпечення готельного підприємства» (7.1.4); «Управління фінансовими ресурсами» (7.1.5); «Управління знаннями» (7.1.6); «Управління документацією» (7.5).

Виробництво (розділ 8) [2]. Готельне підприємство повинно планувати, запроваджувати та контролювати процеси, потрібні для задоволення вимог споживачів щодо надання продукції та послуг високої якості. Це передбачає здійснення інформаційного зв'язку із замовниками, визначення вимог до продукції та послуг, аналізування вимог щодо продукції і послуг та внесення відповідних змін, проектування та розроблення продукції і послуг та відповідний контроль, а також управління невідповідною продукцією. З огляду на зазначене, процесами СУЯ готельного підприємства до цього розділу мають бути визначені такі процеси як: «Процеси надання послуг» (8.1, 8.2); «Процеси забезпечення надання послуг»; «Закупівля продукції / послуг у постачальників» (8.4.3); «Управління невідповідною продукцією» (8.7).

Оцінювання дієвості (розділ 9) [2]. Оцінювання дієвості передбачає моніторинг, вимірювання, аналізування та оцінювання готельним підприємством задоволеності замовників (споживачів) та аналізування системи управління. Враховуючи за-

значене, серед процесів СУЯ готельного підприємства мають бути визначені процеси: «Моніторинг, вимірювання, аналізування та оцінювання діяльності» (9.1); «Оцінювання задоволеності замовників та споживачів» (9.1.2).

Поліпшування (розділ 10) [2]. Готельне підприємство повинно визначати та вибирати можливості для поліпшування, здійснювати коригувальні та запобіжні дії, у разі виявлення невідповідностей. Серед процесів СУЯ готельного підприємства доцільно визначити такі процеси як: «Усунення невідповідностей та здійснення запобіжних і коригувальних дій» (10.2); «Постійне поліпшування діяльності» (10.3).

Взаємодію процесів готельного підприємства зображено на рис. 2.

Процесний підхід передбачає систематичне визначення процесів і їх взаємодій та керування ними з тим, щоб досягати запланованих результатів відповідно до політики у сфері якості та стратегічного напрямку підприємства. Керування процесами та системою в цілому може бути досягнуто використанням процесного підходу, елементами якого є цикл «Plan-Do-Check-Act» (PDCA, цикл Демінга) — «Плануй — Виконуй — Перевірй — Дій» за загальної зосередженості на ризик-орієнтовному мисленні, націленому на використання можливостей і запобігання небажаним результатам [1; 2].

Таким чином, відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2015 щодо лідерства (розділ 5 зазначеного стандарту) готельного підприємства визначено процеси: формування стратегії готельного підприємства (5.1); забезпечення створення і функціонування СУЯ та інформування замовників і споживачів (5.2); щодо планування (розділ 6) та підтримання системи управління (розділ 7) — процеси: управління ризиками (6.1); стратегічний аналіз та планування (6.2); управління результативністю (6.2.2); управління змінами (6.3); управління персоналом (7.1.2); управління інфраструктурою (7.1.3); інформаційне та комунікативне забезпечення (7.1.4); управління фінансовими ресурсами (7.1.5); управління знаннями (7.1.6); управління документацією (7.5); щодо виробництва (розділ 8) — процеси надання послуг (8.1, 8.2); процеси забезпечення надання послуг (8.3); закупівля продукції / послуг у постачальників (8.4.3); управління невідповідною продукцією (8.7); щодо вимог стандарту стосовно оцінювання дієвості (розділ 9) та поліпшування діяльності (розділ 10) визначено такі процеси: моніторинг, вимірювання, аналізування та оцінювання діяль-

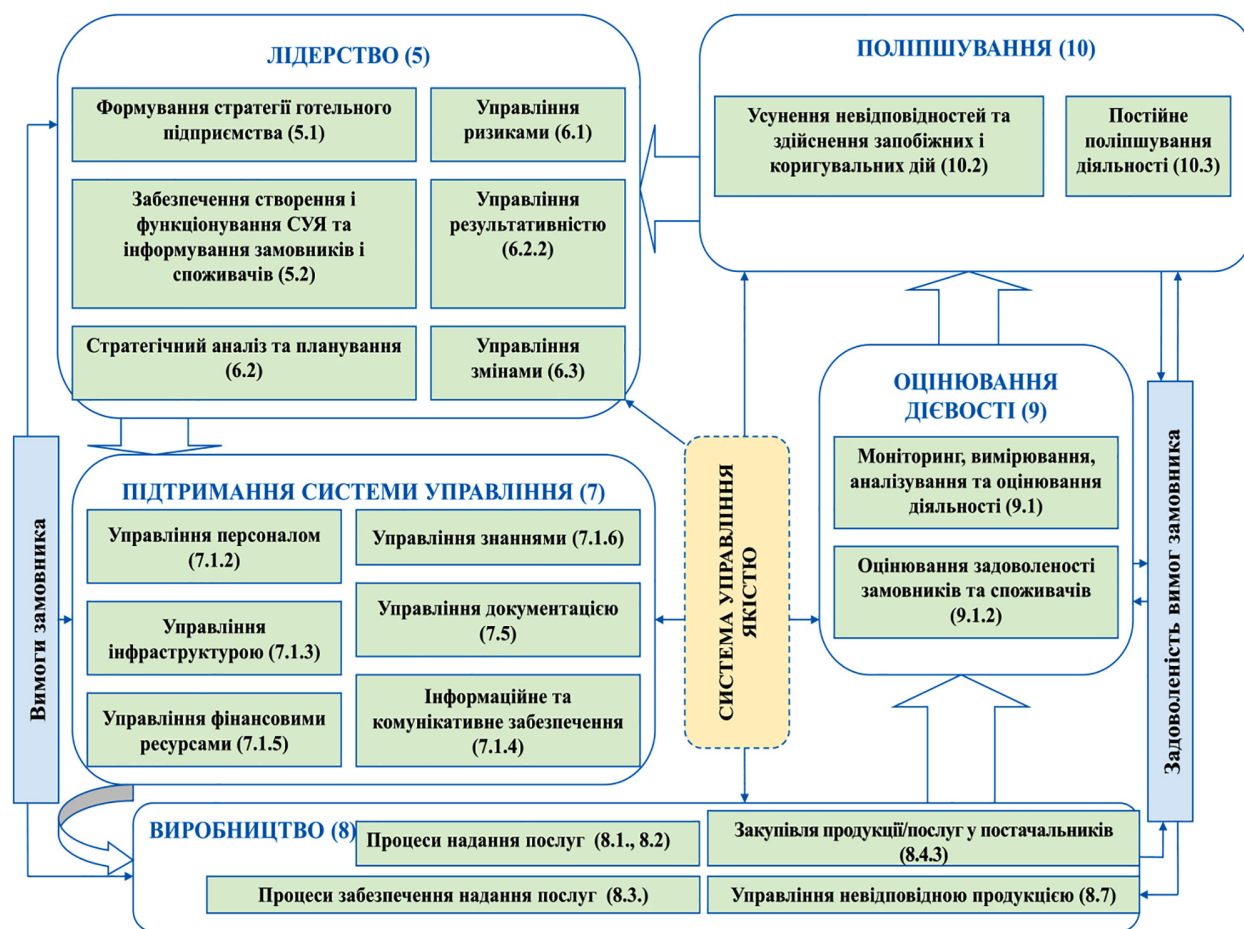


Рис. 2. Взаємодія процесів управління якістю готельного підприємства

Джерело: складено авторами на основі [2]

ності (9.1); оцінювання задоволеності замовників та споживачів (9.1.2); усунення невідповідностей та здійснення запобіжних і коригувальних дій (10.2); постійне поліпшування діяльності (10.3); міжнародне співробітництво (10.3).

Для кожного із зазначених процесів СУЯ готельного підприємства необхідно також визначити входи та виходи процесу, показники якості, результативності та ефективності, відповідальних за процес, частоту аналізування та рівень аналізування.

Висновки. Управління якістю є важливим інструментом забезпечення якості продукції та послуг і відповідно — забезпечення задоволеності споживача, завоювання його довіри та засобом підвищення конкурентоспроможності будь-якого підприємства чи організації. Управління якістю у будь-якій сфері, в т.ч. і на підприємствах сфери гостинності ґрунтується на принципах загально-

го управління якістю: орієнтації на споживача; лідерства керівників; управління персоналом; процесному підході; впровадженні інновацій та вдосконаленні виробничих процесів; прийнятті рішень з урахуванням конкретних фактів; розвитку партнерських стосунків з постачальниками та забезпечується шляхом планування якості, забезпечення якості, контролю якості та поліпшення якості.

Таким чином, побудова системи управління якістю на основі процесного підходу відповідно до вимог стандарту ДСТУ ISO 9001:2015 сприятиме забезпеченню якості, результативності та ефективності діяльності готельного підприємства. Запровадження системи управління якістю є стратегічним рішенням для кожного готельного підприємства, яке може допомогти поліпшити їм загальну дієвість та забезпечити міцну основу для ініціатив щодо сталого розвитку.

Література

1. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів: (ISO 9000:2015, IDT): ДСТУ ISO 9000:2015. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 45 с. (Національний стандарт України).
2. Системи управління якістю. Вимоги: (ISO 9001:2015, IDT): ДСТУ ISO 9001:2015. — чинний від 2016-07-01. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. (Національний стандарт України).
3. Стандартизація і обґрунтування управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві / А.К. Д'яконова, Л.А. Тітомир, Ю.О. Халілова-Чуваєва та ін. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 4. С. 50–66.
4. Сімкова Т.О., Кириченко А.І. Тенденції розвитку систем управління якістю підприємств України за рахунок впровадження світових стандартів. Економіка та суспільство. 2016. № 7. С. 482–489.
5. Семенов В.Ф. Стандарти ISO серії 9000 і формування систем управління якістю на підприємствах сфери послуг // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць, 2020. № 3 (72). С. 121–134.
6. Гуткевич С.О., Кравченко О.В. Ефективність функціонування системи менеджменту якості на підприємстві з позиції процесного підходу. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 3. С. 75–85.
7. Управління якістю послуг готелів: методологія та практика: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Босовська, О.В. Полтавська. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 728 с.

References

1. Systemy upravlinnia yakistiu. Osnovni polozhennia ta slovnyk terminiv: (ISO 9000:2015, IDT): DSTU ISO 9000:2015. Kyiv: DP «UkrNDNTs», 2016. 45 s. (Natsionalnyi standart Ukrainy).
2. Systemy upravlinnia yakistiu. Vymohy: (ISO 9001:2015, IDT): DSTU ISO 9001:2015. — chynnyi vid 2016-07-01. Kyiv: DP «UkrNDNTs», 2016. (Natsionalnyi standart Ukrainy).
3. Standartyzatsiia i obhruntuvannia upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi [Standardisation and justification of product and service quality management in the hotel and restaurant industry] A. Dyakonova, L. Titomyr, Yu. Khalilova-Chuvaieva. Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky. 2021. № 4. P. 50–66.
4. Simkova T. O., Kyrychenko A. I. (2016). Tendentsii rozvytku system upravlinnia yakistiu pidpriemstv Ukrainy za rakhunok vprovadzhennia svitovykh standartiv [Trends in the development of quality management systems of Ukrainian enterprises through the implementation of international standards]. Ekonomika ta suspilstvo — Economy and society, 7, pp. 482–489.
5. Semenov V. (2020). Standarty ISO serii 9000 i formuvannia system upravlinnia yakistiu na pidpriemstvakh sfery posluh [ISO 9000 series standards and formation of quality management systems in services]. Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti: Zb. nauk. prats — Development of management and entrepreneurship methods on transport, № 3 (72), pp. 121–134.
6. Gutkevich S. O., Kravchenko O. V. (2006). Efektivnist funkcionuvannia sistemi menegmentu yakosti na pidpriemstvi z pozycji procesnogo pidxodu [The effectiveness of the quality management system at the enterprise from the standpoint of the process approach]. Actual problems of economics, № 3, pp. 75–85.
7. Tkachenko T. I., Mel'nychenko S. V., Bosovs'ka M. V. Poltav'ska O. V. (2012). Upravlinnja yakistju poslug goteliv: metodologija ta praktyka: monohrafiia [Quality management of hotel services]. K.: Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 728 p.

Давидова Оксана Юріївна

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри готельного і ресторанного бізнесу

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Davydova Oksana

Doctor of Sciences in Economics, Professor,

Head of the Department of Hotel and Restaurant Business

The Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ORCID: 0000-0003-3045-9464

Сисоєва Світлана Ігорівна

кандидат наук з державного управління, доцент,

доцент кафедри готельного і ресторанного бізнесу

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Sysoieva Svitlana

PhD in Public Administration, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business

The Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ORCID: 0000-0003-0790-0581

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8475

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

CONCEPTUAL DIRECTIONS OF PROVIDING AND IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Анотація. Під час надання готельно-ресторанних послуг особливе місце займає проблематика забезпечення якості послуг. Визначено, що на якість обслуговування споживачів послуг готельно-ресторанного господарства впливають дві групи чинників: вимоги, що встановлені у нормативних документах та вимоги, які висуваються споживачем.

Визначено складові комфорту, як визначального чинника якості обслуговування, а також чинники задоволеності споживачів підприємством.

Розкрито, що якість послуги в повному вигляді можна оцінити за допомогою архітектури очікувань споживача, на які впливають коло його спілкування, особисті потреби, життєвий досвід, засоби інформації.

Досліджено чинники розходження в оцінці якості споживачем та постачальником послуг, викликане «розривами» в ланцюгу «Постачальник – Споживач» та визначено превентивні заходи щодо уникнення цих «розривів» у взаємовідносинах як з зовнішнім, так і з внутрішнім споживачем.

Розроблено індекси задоволеності споживача, які дають дозволяють прогнозувати фінансовий результат, проаналізувати ефективність витрат бюджету розвитку, скласти чітку систему мотивації персоналу. Розроблено анкету споживачів готелю.

Розкрито, що вирішальну роль у забезпеченні якості обслуговування виконує персонал. Передбачено заходи щодо сприяння повнішого залучення працівників до загальної мети надання споживачам послуг високої якості.

Доведено, що виконання потреб і бажань як конкретного замовника, так і ринку в цілому можливо досягти шляхом розробки та впровадження системного підходу до процесу надання послуг.

Доведено, що для максимального задоволення потреб та очікувань споживачів, надання послуг високої якості, керівництво підприємства готельно-ресторанного господарства має розробляти, впроваджувати та постійно підтримувати системи управління якістю, а також відповідати сучасним вимогам міжнародних та українських стандартів.

Розроблено концептуальні напрями забезпечення і підвищення якості надання послуг та ефективності діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства.

Ключові слова: підприємство, готельно-ресторанне господарство, якість, обслуговування, споживач, послуга.

Summary. During the provision of hotel and restaurant services, a special place is occupied by the problems of ensuring the quality of services. It is determined that the quality of service for consumers of hotel and restaurant services is influenced by two groups of factors: the requirements established in the regulatory documents and the requirements put forward by the consumer.

The components of comfort as a determining factor in the quality of service, as well as the factors of customer satisfaction with the enterprise are determined.

It is revealed that the quality of the service in full form can be assessed using the architecture of the consumer's expectations, which are influenced by his social circle, personal needs, life experience, and the media.

The factors of difference in quality assessment by the consumer and service provider caused by «gaps» in the «Supplier-Consumer» chain are investigated and preventive measures to avoid these «gaps» in relations with both external and internal consumers are determined.

Consumer satisfaction indices have been developed, which make it possible to predict the financial result, analyze the effectiveness of development budget expenditures, and draw up a clear system of staff motivation. A questionnaire of hotel consumers has been developed.

It is revealed that the decisive role in ensuring the quality of service is performed by staff. There are measures to promote fuller involvement of employees in the overall goal of providing consumers with high-quality services.

It is proved that the fulfillment of the needs and desires of both a particular customer and the market as a whole can be achieved by developing and implementing a systematic approach to the process of providing services.

It is proved that in order to maximize the satisfaction of the needs and expectations of consumers, the provision of high quality services, the management of the hotel and restaurant industry must develop, implement and constantly maintain quality management systems, as well as meet modern requirements of international and Ukrainian standards.

Conceptual directions for ensuring and improving the quality of service provision and the efficiency of the hotel and restaurant industry have been developed.

Key words: enterprise, hotel and restaurant business, quality, service, consumer, service.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Готельно-ресторанний бізнес став домінуючим елементом економіки багатьох країн. Разом із щорічним збільшенням прибуття туристів зростають не лише доходи приймаючої сторони, а й потреби споживачів. Під час вибору готелю споживач звертає увагу на такі основні елементи, як різноманітність готельно-ресторанних послуг, їхня якість, надійність та ціна. Тільки ті підприємства, які швидко реагують на запити споживачів, задовольняючи їхні потреби, можуть покращити економічний стан підприємства та перемогти у конкурентній боротьбі.

Деякі дослідники зазначають, що якість обслуговування споживачів особливо залежить від персоналу готелів, який повинен знати стандарти обслуговування, правила етикету, кодекс корпоративної культури, міжкультурні норми та правила тощо [1].

У зв'язку з цим, працівникам сфери гостинності необхідно постійно вдосконалювати свій

освітній рівень, щоб навчитися грамотно вибудовувати взаємини зі споживачем під час обслуговування [2]. Також необхідно враховувати, що для якісного обслуговування споживачів потрібна злагоджена робота всіх підрозділів як основних, так і допоміжних, постійне впровадження нових технологій та методів управління персоналом, безпека та комфорт.

З точки зору конкурентних переваг, всі дії підприємства готельно-ресторанного господарства мають бути спрямовані на виявлення, розуміння та задоволення потреб споживачів. Однак задоволення споживачів не може складатися окремо або з очікувань або з наданих якісних послуг. Очікування споживачів формуються на основі вже наявного у них досвіду або отриманої інформації, що стає основним вектором вибору готелю. Порівняння наданої послуги зі своїми очікуваннями стає поводом або для повторного візиту або повного розчарування та відмови від цього підприємства.

Такий підхід визначає необхідність надання якісних послуг, за допомогою яких існуючі споживачі залишаються постійними, а нові залученими, що дозволить зберегти досягнуту позицію на ринку та конкурувати у майбутньому.

Виходячи з цього, виникає наукова та практична доцільність у розробці інструментів підвищення задоволеності споживачів якістю готельних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку індустрії гостинності та якісного обслуговування споживачів в Україні науковці почали розглядати лише на початку ХХІ століття, на відміну від вчених багатьох зарубіжних країн. Н. Данько у своїх дослідженнях визначає необхідні для вирішення проблеми підвищення якості послуг у готельному бізнесі такі заходи: підбір та навчання персоналу, підтримку та задоволеність службовців, соціально-економічне стимулювання персоналу, контроль якості та стандартизацію процесу надання ними послуг, контроль продуктивності праці, контроль ступеня задоволеності споживачів обслуговуванням за допомогою системи аналізу скарг та пропозицій, вивчення клієнтури, порівняння якості послуг конкурентів із якістю надання власних послуг [3].

Цілеспрямовані дії, спрямовані на об'єкти управління з метою встановлення, забезпечення та підтримки необхідного рівня якості, що задовольняють вимоги споживачів, на думку М. Бойко та С. Войнаренка повинні бути відображені в кожному готелі в основних положеннях керівництва якістю або в стандартах обслуговування [4]. До того ж, всі концепції повинні вибудовуватися на балансі інтересів готелю та споживача [1]. При цьому необхідно враховувати, що зацікавлені сторони послуг підприємств індустрії гостинності сприймають якість послуг по-різному [3].

З метою задоволення споживача, персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства і виробникам готельно-ресторанних послуг, що отримують прибуток, необхідно застосовувати методи управління якістю послуг у сукупності [3].

Серед численних досліджень, присвячених питанням оцінки якості послуг, немає єдиного методу, що дозволяє дати точну та об'єктивну оцінку [5], також необхідно враховувати, що найдосконаліша модель оцінки якості одного підприємства може бути абсолютно непридатною для іншого [6].

На думку Шен-Хшун Цаура та інших дослідників якості обслуговування та задоволення споживачів у готельному бізнесі, розуміти тільки потребу гостей зараз недостатньо, персоналу необ-

хідно заздалегідь передбачати їхні очікування [7]. Також, під час обслуговування необхідно враховувати особливості культури та традицій іноземних споживачів [8]. Отже, керівництву готельно-ресторанного бізнесу необхідно контролювати якість надання послуг споживачеві на кожному етапі процесу обслуговування [7].

Різні методи та моделі оцінки якості послуг та задоволеності споживачів дозволяють визначити проблеми конкретних бізнес-процесів підприємства готельно-ресторанного господарства або розриви між очікуваннями споживачів та якістю послуг, що надані споживачеві [9].

Контроль ступеня задоволеності споживачів обслуговуванням багато авторів розглядають за допомогою системи аналізу скарг та пропозицій, вивчення сегментів споживачів, порівняння якості послуг конкурентів з якістю надання власних послуг [10], визначення показників та критеріїв оцінки, таких як: матеріально-технічна база, кваліфікація персоналу, рівень сервісу, маркетинг, ресурси [1].

Незважаючи на наявні наукові дослідження, присвячені питанням розвитку індустрії гостинності та якісного обслуговування споживачів, проблеми даної сфери постійно змінюються разом із зростаючими запитамі споживачів та вимагають проведення постійної оцінки для підвищення ступеня задоволеності споживачів якістю готельно-ресторанних послуг.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у формуванні концептуальних напрямів оцінювання рівня задоволеності споживачів та забезпечення якості послуг готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тенденція розширення сфери послуг пов'язана зі збільшенням важливості обслуговування населення. Тому якість послуг для підприємства готельно-ресторанного господарства, що надає послуги, набуває важливого значення з позиції «акцент на споживача». Сервіс більше приближений до споживача, ніж продукт. Це пояснюється тим, що послуга проявляється в момент її здійснення, а виробництво продукції ізольовано від споживача. Якість продукції сприймається, в першу чергу, через якість обслуговування під час її реалізації. У момент отримання послуги відбувається порівняння очікуваної послуги з реальною (сприйнятою).

Під час надання готельно-ресторанних послуг особливе місце займає проблематика параметрів та оцінки їх якості.

Якість — це особливість послуги, яка викликає у споживача почуття задоволеності, відсутність того чи іншого недоліку, що посилює задоволеність. Соціальна якість, особливістю якої є дружелюбність, люб'язність та чуйність персоналу ґрунтується на поведінці співробітників підприємства до гостей.

Керівник, акумулюючи потреби споживача, має організувати оптимальну роботу підприємства готельно-ресторанного господарства для досягнення мети, в однаковому ступені підходячи до потреб і побажань як зовнішніх споживачів підприємства готельно-ресторанного господарства, так і своїх робітників, які є внутрішніми споживачами.

Визначення потреб споживача є першим кроком, який необхідно зробити для того, щоб ввести його у процес створення високоякісної послуги. Для визначення потреб зовнішнього споживача необхідно дослідити ринок і реалізувати ринкові очікування під час планування, розробки та надання послуги. Порівняння функції послуги, її надання та вартості з потребами споживача — основа оцінки якості послуги.

Споживачі оцінюють якість наданих послуг, ґрунтуючись на ступені задоволення власних потреб та очікувань. Оцінка якості обслуговування підприємством виходить із оцінювання власної роботи, дотримання стандартів та вимог [11].

Виходячи з цього, управління якістю обслуговування — це оцінка якості послуг, порівняння їх зі стандартами обслуговування, регулювання процесу надання послуг залежно від їх якості та змін побажань споживача.

Функція якості — це спосіб встановлення співвідношення між діями, спрямованими на забезпечення якості та їх результатом.

На сучасну теорію та практику управління якістю серйозно вплинули розробки всесвітньовідомих зарубіжних вчених у сфері якості. Серед них, насамперед, можна виділити концептуальні розробки У. Шухарта, Е. Демінга, Г. Тагучі, Дж. Джурана, Ф. Кросбі, А. Фейгенбаума, К. Іс-

ікави, Дж. Ван Еттінгера та Дж. Сіттіга, що являють собою сформовані в теоретичному плані моделі управління якістю, що згодом отримали широке практичне застосування і розвиток [12].

Так, Уільям Едвард Демінг (1901–1993) — всесвітньовідомий вчений у сфері математичної статистики та менеджменту, батько японського «дива» у сфері якості, творчо розвинувши та збагативши ідеї У. Шухарта, Е. Демінг вперше розробив програму управління якістю. У програму управління якістю Е. Демінга увійшли такі розділи:

- I. «14 принципів».
- II. «7 смертельних хвороб».
- III. «Труднощі та фальстарту».
- IV. «Ланцюгова реакція».
- V. «Принцип постійного поліпшення (цикл Демінга)».

14 принципів Е. Демінга стали основою філософії якості і, фактично на них нині будується концепція TQM. Усі 14 постулатів Демінга — це взаємопов'язаний комплекс. Відмова хоча б від одного з них може негативно вплинути на інші. Постулати Демінга руйнують традиційне уявлення про якість як компроміс інтересів споживача послуг та виробника послуг. Вони орієнтують підприємство на тривалу і стійку роботу, спонукають менеджерів створювати умови для постійного удосконалення діяльності підприємства, висуваючи на перше місце інтереси і прагнення споживача. Суть цієї філософії можна виразити словами: «Дорога до якості нескінченна». Ставлячи завдання задоволення споживача, Демінг показує, що чим вища якість, тим дешевше вона обходиться [12].

На якість обслуговування споживачів послуг готельно-ресторанного господарства впливають дві групи чинників:

- 1) вимоги, що встановлені у нормативних документах;
- 2) вимоги, які висуваються споживачем.

До першої групи чинників належать нормативні документи, в яких зазначені вимоги, встановлені для якісного обслуговування споживачів, за якими

Таблиця 1

Елементи комфорту [3]

Елемент	Характеристика
Інформаційний комфорт	Надання необхідної інформації у термін
Економічний комфорт	Система знижок та дисконтних карток
Естетичний комфорт	Надання симпатії до підприємства готельно-ресторанного господарства
Комфорт безпеки	Безпека життя та здоров'я споживачів, а також безпека їх особистих речей
Побутовий комфорт	Сприятливі умови для проживання та харчування
Психологічний комфорт	Виконання усіх вище зазначених елементів

Таблиця 2

Чинники задоволеності споживачів готелю

№ п/п	Чинники, що впливають на задоволення відвідувачів готелю	Категорії чинника за моделлю Капо (експертна оцінка)	Зв'язок чинника із бізнес-процесами та видами діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства
1	Ваші враження при в'їзді до готелю		
1.1	Чи легко Ви знайшли наш готель?	Кількісний / Обов'язковий	Комунікації та поширення інформації у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Маркетинг та прогнозування ринку
1.2	Чи зручною була парковка біля готелю (вільні місця, освітлення тощо)	Обов'язковий / Зворотний	Розробка та проектування основних та додаткових послуг. Процеси, що забезпечують додаткові послуги
2	Людські чинники		
2.1	Якість роботи служби прийому та розміщення		
2.1.1	Як ви оцінюєте швидкість та ефективність роботи служби прийому та розміщення?	Кількісний / Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги)
2.1.2	Доброчинність працівників служби прийому та розміщення під час Вашого перебування у готелі	Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги). Управління персоналом
2.1.3	Швидкість та ефективність процедури виписки з готелю	Кількісний / Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги)
2.1.4	Наявність послуг консьєржа	Сюрпризний / Нейтральний	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
2.2	Безпека		
2.1.1	Якість та ефективність роботи служби безпеки у готелі	Обов'язковий	Розробка та проектування основних та додаткових послуг. Забезпечення безпеки життєдіяльності
2.3	Якість роботи ресторанної служби готелю		
2.3.1	Можливість надання послуг харчування цілодобово	Сюрпризний	Розробка та проектування основних та додаткових послуг.
2.3.2	Різноманітність страв, які пропонуються в меню ресторану	Кількісний	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
2.3.3	Оцінка якості страв	Обов'язковий	
2.3.4	Швидкість обслуговування	Кількісний	
2.3.5	Уважність та доброзичливість працівників ресторанної служби	Обов'язковий	
2.3.6	Якщо Ви замовляли сніданок до номеру, як Ви його оцінюєте?	Зворотний / Сюрпризний	
2.3.7	Як Ви оцінюєте асортимент страв на сніданок?	Зворотний / Сюрпризний	
2.4	Якість роботи адміністративно-господарської служби		
2.4.1	Чистота громадських приміщень та холів	Обов'язковий	Розробка та проектування основних та додаткових послуг.
2.4.2	Якість щоденного прибирання номера та його чистота	Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги)
2.4.3	Якість постільної білизни	Обов'язковий	
2.4.4	Наявність та змінність рушників у ванній	Обов'язковий	
2.5	Наявність та доступність медичних послуг		
2.5.1	Наявність та доступність медичних послуг у готелі	Сюрпризний/ Обов'язковий	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
2.5.2	Надання персональних SPA-послуг	Сюрпризний	
2.6	Якість роботи персоналу готелю в цілому		
2.6.1	Уважне обслуговування	Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги). Процеси, що забезпечують додаткові послуги
2.6.2	Комунікабельність та привітність персоналу	Обов'язковий	

Продовження табл. 2

2.6.3	Зовнішній вигляд персоналу	Обов'язковий	
3.1	Якість технічних засобів проживання у номері		
3.1.1	Температура в номері та у ванній кімнаті, наявність кондиціонерів	Кількісний / Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги)
3.1.2	Якість звукоізоляції у номері	Кількісний / Обов'язковий	
3.1.3	Наявність та справність телевізора в номері	Зворотний	
3.1.4	Наявність, справність та зручність сантехнічного обладнання у ванній	Обов'язковий	
3.1.5	Наявність та справність холодильника в номері	Зворотний	
3.1.6	Наявність у номері зручних меблів	Обов'язковий	
3.2	Наявність та справність електронних засобів телекомунікації		
3.2.1	Наявність та справність телефонного зв'язку з номера	Обов'язковий	Цикл обслуговування споживача (надання послуги)
3.2.2	Модемна розетка для підключення до Інтернету в номері	Зворотний / Сюрпризний	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
3.2.3	Наявність доступу до комп'ютерів у готелі	Зворотний / Сюрпризний	
3.3	Додаткові послуги за допомогою технічних засобів		
3.3.1	Наявність залу спортивних тренажерів	Сюрпризний	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
3.3.2	Наявність автоматів для чищення взуття	Сюрпризний	
3.3.3	Наявність пральні в готелі	Сюрпризний	
3.4	Наявність технічних засобів забезпечення безпеки		
3.4.1	Електронні засоби контролю безпеки або відеокамери у коридорі	Сюрпризний	Процеси, що забезпечують додаткові послуги
3.4.2	Наявність індивідуальних сейфових осередків	Сюрпризний	
3.4.3	Електронний замок дверей у номері із внутрішнім запобіжником	Зворотний	

оцінюватиметься виконання цих вимог. Вимоги нормативних документів України має виконувати будь-яке підприємство готельно-ресторанного господарства, якщо передбачає бути класифікованим за прийнятою в Україні зірковою системою.

Якщо розглядати другу групу чинників, то якість обслуговування споживач оцінює комфортністю перебування у підприємстві готельно-ресторанного господарства. У табл. 1 наведені складові комфорту.

Норіакі Кано та ін. було виявлено комплекс факторів задоволеності споживачів готелю [2]. Дані фактори представлені у табл. 2.

Якість послуги в повному вигляді можна оцінити за допомогою архітектури очікувань споживача. Безумовно, на очікування конкретного споживача впливають коло його спілкування, особисті потреби та життєвий досвід. Великий вплив на формування очікувань споживача чинять засоби інформації.

Розходження в оцінці якості споживачем та постачальником послуг викликане «розривами» в ланцюгу «Постачальник — Споживач» (Модель розривів Зейтхальма), і в першу чергу, — неточним сприйняттям керівництвом підприємства готельно-ресторанного господарства очікувань споживача [12; 13].

1. Розрив між точністю інформації, яку отримала служба маркетингу від споживачів та дійсних їх побажань стосовно послуг та їх якості.

2. Розрив між точністю передавання службою маркетингу характеристик послуг, які очікують споживачі та сприйняттям їх керівництвом.

3. Розрив між точністю відтворення керівництвом підприємства вимог споживачів у специфікаціях щодо надання послуг. Підприємства готельно-ресторанного господарства розробляють власні стандарти обслуговування, які визначають критерії та методи оцінки якості обслуговування споживачів. Стандарти обслуговування надають

споживачам впевненості, що всі необхідні послуги надаються з виконанням усіх правил та норм.

4. Розрив між якістю послуг, що міститься у специфікаціях та якістю наданої послуги.

5. Розрив між наданою та сприйнятою (очікуваною) споживачем послугою. Споживач має отримати саме таку послугу, яку він очікував.

Щоб уникнути цих розривів у взаємовідносинах як з зовнішнім, так і з внутрішнім споживачем, потрібний постійний акцент на їхні потреби й очікування, які необхідно постійно відслідковувати за допомогою анкетування й особистого контакту в процесі інтерв'ю. Для уникання розривів підприємству готельно-ресторанного господарства необхідно добре контролювати весь ланцюг процесу взаємодії «Постачальник — Споживач», маючи чітке уявлення про схему цього ланцюга.

До основних показників якості послуг належать [14]: доступність, комунікабельність, ввічливість, довіра, надійність, чуйність, безпека.

Якість послуги, що сприймається споживачем, є визначальною, тому підприємствам готельно-ресторанного господарства необхідно розробляти та впроваджувати низку показників, які дозволять оцінювати не тільки власне процес обслуговування, але і корегувати його (рис. 1).

Індекси задоволеності споживача дають достатньо повну картину сприйняття послуг споживачами, та дозволяють прогнозувати фінансовий

результат, проаналізувати ефективність витрат бюджету розвитку, скласти чітку систему мотивації персоналу.

У табл. 3 наведено індекси невдоволення відвідувачів готелю, індекс лояльності споживачів [15]. Лояльність це певна поведінкова реакція споживача для визначення його ставлення до певного готелю, виникає в результаті процесу оцінки якості обслуговування [16].

За індексами, наведеними в табл. 3, можна визначити, наскільки споживач залишився задоволеним. З таблиць 2 і 3 можна скласти анкету споживачів готелю. В анкеті визначено 38 чинників, об'єднаних в 11 підгруп (табл. 4) [17].

Кожному чиннику присвоюється індекс. Наприклад, першим показником — індекс F 1.1 тощо. Анкета передбачає оцінювання за 10-бальною шкалою чинників «Значимість» (1 — абсолютно не важливо, 2–9 — відповідають перевагам, 10 — надзвичайно важливо) та «Реальне сприйняття якості обслуговування» (1 — дуже низька якість обслуговування, 2–9 — відповідають перевагам та очікуванням, 10 — відмінна якість обслуговування). На підставі отриманих результатів формується подальший звіт про оцінку якості роботи готелю із розробкою заходів щодо усунення та попередження появи недоліків в обслуговуванні у майбутньому.

Одним із елементів якості обслуговування на готельному підприємстві є контроль обслуговування.

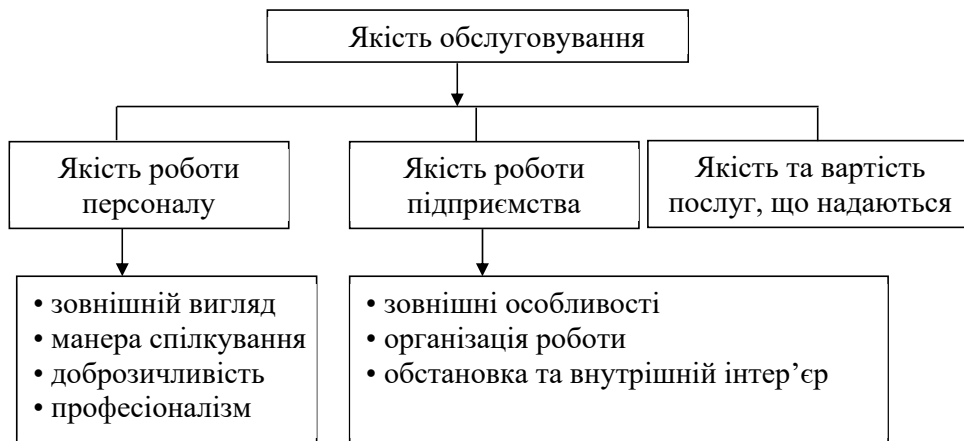


Рис. 1. Елементи якості обслуговування

Джерело: складено автором

Таблиця 3

Показники якості обслуговування у готелі

Показник (індекс)	Характеристика
Індекс невдоволення якістю роботи персоналу	Відображає якість роботи персоналу
Індекс невдоволення роботою готелю	Відображає престижність та якість послуг готелю в цілому
Індекс лояльності споживачів	Відображає лояльність та кількість постійних споживачів

Таблиця 4

Анкета споживачів готелю

АНКЕТА ГОСТЯ		
Просимо Вас відповісти на запитання анкети щодо «значимості» (важливості) для Вас різних аспектів готельного обслуговування (очікувана якість), а також щодо реального сприйняття якості з різних аспектів обслуговування, які Ви отримали у нашому готелі («Сприйнята якість»). Оцінка проводиться за 10-бальною шкалою:		
Бали	Оцінка «Значимість» («Важливість»)	Оцінка «Реальна сприйнята якість обслуговування»
1	зовсім не важливо	дуже погане обслуговування
2...9	відповідають Вашим уподобанням на користь важливості чи не важливості цього чинника	відповідають Вашим уподобанням на користь гарної чи поганої якості реального сприйняття обслуговування в нашому готелі
10	дуже важливо	відмінне обслуговування
Заздалегідь дякуємо Вам за витрачений час на заповнення цієї анкети		
Чинники забезпечення якості обслуговування у готелі	«Значимість» («Важливість») чинника	«Реальна сприйнята якість обслуговування»
1. Ваші враження при в'їзді до готелю		
F1.1. Чи легко Ви знайшли наш готель?		
F1.2. Чи зручно була парковка біля готелю (вільні місця, освітлення тощо)		
2. Людські чинники		
2.1. Якість роботи служби прийому та розміщення		
F2.1.1. Як ви оцінюєте швидкість та ефективність роботи служби прийому та розміщення?		
F2.1.2. Доброзичливість працівників служби прийому та розміщення під час Вашого перебування в готелі		
F2.1.3. Швидкість та ефективність процедури виписки з готелю		
F2.1.4. Наявність послуг консьєржа		
2.2. Безпека		
F2.2.1. Якість та ефективність роботи служби безпеки		
2.3. Якість роботи ресторанної служби готелю		
F2.3.1. Можливість надання послуги харчування цілодобово		
F2.3.2. Різноманітність страв, які пропонуються в меню ресторану		
F2.3.3. Оцінка якості страв		
F2.3.4. Швидкість обслуговування		
F2.3.5. Уважність та доброзичливість працівників ресторанної служби		
F2.3.6. Якщо Ви замовляли сніданок до номеру, як Ви його оцінюєте?		
F2.3.7. Як Ви оцінюєте асортимент страв на сніданок?		
2.4. Якість роботи адміністративно-господарської служби		
F2.4.1. Чистота громадських приміщень та холів		
F2.4.2. Якість щоденного прибирання номера та його чистота		
F2.4.3. Якість постільної білизни		
F2.4.4. Наявність та змінність рушників у ванній		
2.5. Наявність та доступність медичних послуг		
F2.5.1. Наявність та доступність медичних послуг у готелі		
F2.5.2. Надання персональних SPA-послуг		
2.6. Якість роботи персоналу готелю загалом		
F2.6.1. Уважне обслуговування		
F2.6.2. Комунікабельність та привітність персоналу		
F2.6.3. Зовнішній вигляд персоналу		

Продовження табл. 4

3. Технічні ресурси готелю		
3.1. Якість технічних засобів проживання у номері		
F3.1.1. Температура в номері та у ванній кімнаті, наявність кондиціонерів		
F3.1.2. Якість звукоізоляції у номері		
F3.1.3. Наявність та справність телевізора в номері		
F3.1.4. Наявність, справність та зручність сантехнічного обладнання у ванній кімнаті (освітлення, крани, фен тощо)		
F3.1.5. Наявність та справність холодильника в номері		
F3.1.6. Наявність у номері зручних меблів		
3.2. Наявність та справність електронних засобів телекомунікацій		
F3.2.1. Наявність та справність телефонного зв'язку з номера		
F3.2.2. Модемна розетка для підключення до Інтернету		
F3.2.3. Наявність доступу до комп'ютерів у готелі		
3.3. Додаткові послуги за допомогою технічних засобів		
F3.3.1. Наявність залу спортивних тренажерів		
F3.3.2. Наявність автоматів для чищення взуття		
F3.3.3. Наявність пральні в готелі		
3.4. Наявність технічних засобів забезпечення безпеки		
F3.4.1. Електронні засоби контролю безпеки або відеокamera в коридорі		
F3.4.2. Наявність індивідуальних сейфових осередків		
F3.4.3. Електронний дверний замок у номері з внутрішнім запобіжником		

Контроль це розробка певних вимог, їх співвідношення до результатів, які вже досягнуті, а також налагодження процесу діяльності у разі невідповідності цих результатів прийнятим стандартам [18].

Процес контролю якості обслуговування можна поділити три етапи.

1 етап. Вимір якості обслуговування — чітке визначення обсягу робіт, умови праці та рівень підготовки персоналу.

2 етап. Розробка анкет та опитувальників, які відстежують рівень якості обслуговування — оцінка персоналу.

3 етап. Дія, контроль, оцінка — анкети та опитувальники гостей готелю, служать основою для складання програми підвищення кваліфікації персоналу, робота якого має бути заснована на підвищенні якості та культури обслуговування.

Дані про рівень обслуговування збирають у різний спосіб шляхом налагодження зв'язку зі споживачами. Найчастіше використовуються такі методи збору інформації про якість обслуговування як: анкети, аналіз скарг та пропозицій, метод експертних оцінок тощо. Надання послуг низької якості призводить до зниження іміджу підприємства готельно-ресторанного господарства. Тому аудит якості обслуговування повинен проводитись безперервно.

Вирішальну роль у забезпеченні якості обслуговування виконує персонал. Керівництво підприємства готельно-ресторанного господарства має поліпшувати ефективність діяльності завдяки залученню та підтримці працівників. Для сприяння повнішого залучення працівників до загальної мети — надання споживачам послуг високої якості, керівництво підприємства має передбачати загальну та професійну підготовку, яка має охоплювати:

- бачення майбутнього підприємства готельно-ресторанного господарства;
- політику та цілі підприємства готельно-ресторанного господарства;
- організаційні зміни та розвиток підприємства;
- ініціювання та впровадження процесів поліпшення;
- переваги, забезпечувані творчою та новаторською діяльністю;
- вплив діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства на суспільство;
- програми інтегрування нових працівників;
- програми періодичного підвищення кваліфікації персоналу, який вже проходив підготовку.

Навчання та контроль роботи персоналу, негайне виправлення помилок і недоліків, своєчасна поінформованість — це норми ділової етики. Встановлення чіткого контролю за якістю обслуговування

дозволить підвищити керованість готелем, збільшити кількість споживачів, підвищити імідж підприємства.

Наявність у підприємстві готельно-ресторанного господарства контролерів для забезпечення високої ефективності роботи, зазвичай, є недостатнім. Серед причин таких висновків слід зазначити на такі:

- 1) поняття «якість послуг готельно-ресторанного господарства» не можна визначати лише з думки фахівців сфери послуг. Для цього необхідні і думки споживачів;
- 2) забезпечити та підвищити рівень якості надання послуг можливо шляхом постійного і чіткого дотримання стандартів обслуговування підприємства.

Системний підхід до орієнтації на потреби споживача починається зі збору й аналізу скарг і претензій замовників, що необхідно для запобігання можливих проблем у майбутньому. Аналіз скарг і претензій споживачів ведуть багато підприємств, які не мають системи управління якістю. Але в умовах застосування TQM інформація має надходити систематично з багатьох джерел та інтегруватися в процес, що дозволяє отримати точні й обґрунтовані висновки щодо потреб і бажань як конкретного замовника, так і ринку в цілому [12].

У підприємствах готельно-ресторанного господарства, орієнтованих на TQM, інформація має поширюватися усім закладом, необхідно впроваджувати процеси, спрямовані на визначення споживчої оцінки діяльності підприємства та на зміну подання замовників про можливості закладу задовільнити їхні потреби.

Основними цілями TQM є:

- орієнтація підприємства готельно-ресторанного господарства на задоволення поточних та потенційних потреб споживачів;
- зведення якості у ранг цілі підприємства готельно-ресторанного господарства;
- оптимальне використання усіх ресурсів підприємства готельно-ресторанного господарства.

Ефективність застосування TQM підприємством готельно-ресторанного господарства залежить від трьох ключових умов:

- 1) вища посадова особа на підприємстві енергійно виступає за підвищення якості;
- 2) первісні інвестиції здійснюються не в устаткування, а в персонал;
- 3) організаційні структури перетворюються або створюються спеціально під TQM.

Отже, для максимального задоволення потреб та очікувань споживачів, надання послуг висо-

кої якості, керівництво підприємства готельно-ресторанного господарства має розробляти, впроваджувати та постійно підтримувати такі елементи системи управління якістю:

- за основу для ефективного управління підприємством готельно-ресторанного господарства брати маркетинг;
- розробляти та впроваджувати власні стандарти обслуговування та стандарти якості підприємства;
- розробляти покрокові технології виробничих процесів;
- створювати ефективну та комфортну для праці персоналу корпоративну культуру;
- формувати кваліфікаційні стандарти працівників підприємства готельно-ресторанного господарства;
- впроваджувати системи нормування праці;
- застосовувати оцінювальні технології для розкриття потенціалу персоналу;
- передбачати тренінгові процедури та мотивацію персоналу.

Висновки та перспективи. Перевагою підприємства готельно-ресторанного господарства, що надає послуги високої якості, є підвищення конкурентоспроможності, формування сприятливої громадської думки про готель, збереженість висококваліфікованих працівників. Для отримання таких переваг кожному підприємству готельно-ресторанного господарства необхідно формувати та постійно вдосконалювати систему управління якістю та відповідати сучасним вимогам міжнародних та українських стандартів.

Розроблено концептуальні напрями забезпечення і підвищення якості надання послуг, а також ефективності діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства, які керівництво має впроваджувати у підприємство:

- надавати послуги споживачам на рівні світових стандартів обслуговування;
- вивчати, розуміти та передбачати бажання споживача;
- сприймати побажання споживача як вимогу;
- передбачати вчасну та адекватну реакцію на побажання споживачів;
- навчати персонал особливостям комунікації зі споживачами (зміння встановлювати особистий контакт зі споживачем, бути ввічливим, дбайливим та доброзичливим, виявляти персональну увагу до кожного споживача);
- брати особисту участь у формуванні системи якісного обслуговування і власним прикладом доводити приверженість цілям щодо якості;

– постійно вдосконалювати знання та навички у сфері обслуговування.

Отже, з метою надання послуг високої якості підприємства готельно-ресторанного господарства мають створити їхній визначений рівень якості, який відповідатиме потребам споживачів, й

у процесі обслуговування підтвердити його. Для забезпечення контролю управління якістю підприємству готельно-ресторанного господарства як поставальнику послуг бажано мати як якісні, так і кількісні характеристики (параметри) якості.

Література

1. Аналіз системи державного регулювання ціноутворення в Україні та країнах Європейського союзу / О.П. Чукурна // Наука й економіка. 2013. Вип. 3. С. 227–235.
2. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія / М.В. Босовська. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
3. Данько Н.І. Управління якістю готельних підприємств в Україні. Проблеми економіки. 2011. № 1. С. 67–72.
4. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств у сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 2. С. 51–54.
5. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник. 3-тє видання. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.
6. Окландер М.А., Чукурна О.П. «Маркетингова цінова політика». Навч.посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
7. Atilgan E., Akinci S., Aksoy S. Mapping service quality in the tourism industry. Managing Service Quality. 2003. Vol. 13. P. 412–422.
8. Dedeoğlu B., Demirer H. Differences in service quality perceptions of stakeholders in the hotel industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2015. Vol. 27 (1). P. 130–146.
9. Пилипенко А.А., Ярошенко І.В. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників / А. А Пилипенко., І.В. Ярошенко. Харків: ВД «Інжек», 2007. 152 с.
10. Сокол Т.Г. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства світу та України / Т.Г. Сокол, С. Бардачевська // Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації: матеріали І-ї Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2 квітня 2021 р.) / Університет «КРОК». К.: Університет «КРОК», 2021. С. 128–130.
11. Гурджиян К.В. Програма лояльності: сутність та етапи створення / К.В. Гурджиян // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр. К., 2011. Вип. 5 (120). С. 119–125.
12. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: підручник / О.Ю. Давидова. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 488 с.
13. Prokhorova V., Davydova O. Protsenko V. Methodological Aspects of Implementation of the Safety System in the Activity of Hotel and Catering Industry Enterprises. International Journal of Engineering & Technology. 2018. Vol. 7. № (4.3). P. 502–506. URL: <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19924>
14. Давидова О.Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія / О.Ю. Давидова. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с.
15. Гаврилюк С.П. Сучасні тенденції розвитку ринку готельних послуг м. Києва / С.П. Гаврилюк, Є.Р. Доліч // Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації: матеріали І-ї Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 2 квітня 2021 р.). Університет «КРОК». К.: Університет «КРОК», 2021. С. 134–136. URL: <https://conf.krok.edu.ua/RT/RT/paper/view/439>
16. Горіна Г.О. Стратегії розвитку міжнародних готельних мереж: теоретичні засади та механізм реалізації / Г.О. Горіна // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Д.: ДонНУЕТ, 2011. Вип. 31. Т. 1. С. 162–169.
17. Yilmaz I. Do hotel customers use a multi-expectation framework in the evaluation of services? A study in Cappadocia, Turkey. Tourism and Hospitality Research. 2010. Vol. 10. P. 59–69.
18. Sheng-Hhiung T., Chin-Tsai L., Cheng-Shiung Wu. Cultural Differences of Service Quality and Behavioral Intention in Tourist Hotels. Journal of Hospitality & Leisure Marketing. 2005. Vol. 13(1). P. 41–63.

References

1. Analiz systemy derzhavnogo rehuliuвання tsinoutvorennia v Ukraini ta krainakh Yevropeiskoho soiuzu / O.P. Chukurna // *Nauka y ekonomika*. 2013. Vyp. 3. S. 227–235.
2. Bosovska M.V. Intehratsiini protsesy v turyzmi: monohrafiia / M.V. Bosovska. K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2015. 832 s.
3. Danko N.I. Upravlinnia yakistiu hotelnykh pidpriemstv v Ukraini. *Problemy ekonomiky*. 2011. № 1. S. 67–72.
4. Voinarenko S.M. Komunikatyvna polityka pidpriemstv u suchasnykh umovakh. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu*. 2011. № 6. T. 2. S. 51–54.
5. Nechaiuk L.I., Nechaiuk N.O. *Hotelno-restoranni biznes: Menedzhment: Navchalnyi posibnyk*. 3-te vydannia. K.: Tsentр uchbovoi literatury, 2017. 344 s.
6. Oklander M.A., Chukurna O.P. «Marketynhova tsinova polityka». *Navch.posibnyk*. K.: Tsentр uchbovoi literatury, 2011. 240 s.
7. Atilgan E., Akinci S., Aksoy S. Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*. 2003. Vol. 13. P. 412–422.
8. Dedeoğlu B., Demirer H. Differences in service quality perceptions of stakeholders in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2015. Vol. 27 (1). P. 130–146.
9. Pylypenko A.A., Yaroshenko I.V. Orhanizatsiia upravlinnia intehrovanykh strukturamy biznesu v konteksti zbalansovanoi systemy pokaznykiv / A. A. Pylypenko., I.V. Yaroshenko. Kharkiv: VD «Inzhek», 2007. 152 s.
10. Sokol T.H. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku hotelnogo hospodarstva svitu ta Ukrainy / T.H. Sokol, S. Bardachevska // *Rehionalnyi turyzm: suchasnyi stan ta shliakhy optymizatsii: materialy I-yi Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 2 kvitnia 2021 r.)* / Universytet «KROK». K.: Universytet «KROK», 2021. S. 128–130.
11. Hurdzhyian K.V. Prohrama loialnosti: sutnist ta etapy stvorennia / K.V. Hurdzhyian // *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. pr. K.*, 2011. Vyp. 5 (120). S. 119–125.
12. Davydova O. Iu. Upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi: pidruchnyk / O. Iu. Davydova. Kh.: Vyd-vo Ivanchenka I.S., 2018. 488 s.
13. Prokhorova V., Davydova O. Protsenko V. Methodological Aspects of Implementation of the Safety System in the Activity of Hotel and Catering Industry Enterprises. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7. № (4.3). P. 502–506. URL: <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19924>
14. Davydova O. Iu. Innovatsiine upravlinnia rozvytkom pidpriemstv hotelno-restorannogo hospodarstva: metodolohiia, teoriia i praktyka: monohrafiia / O. Iu. Davydova. Kh.: Vyd-vo Ivanchenka I.S., 2018. 448 s.
15. Havryliuk S.P. Suchasni tendentsii rozvytku rynku hotelnykh posluh m. Kyieva / S.P. Havryliuk, Ye.R. Dolich // *Rehionalnyi turyzm: suchasnyi stan ta shliakhy optymizatsii: materialy I-yi Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 2 kvitnia 2021 r.)*. Universytet «KROK». K.: Universytet «KROK», 2021. S. 134–136. URL: <https://conf.krok.edu.ua/RT/RT/paper/view/439>
16. Horina H.O. Stratehii rozvytku mizhnarodnykh hotelnykh merezh: teoretychni zasady ta mekhanizm realizatsii / H.O. Horina // *Torhivlia i rynek Ukrainy: temat. zb. nauk. pr. D.: DonNUET*, 2011. Vyp. 31. T. 1. S. 162–169.
17. Yilmaz I. Do hotel customers use a multi-expectation framework in the evaluation of services? A study in Cappadocia, Turkey. *Tourism and Hospitality Research*. 2010. Vol. 10. P. 59–69.
18. Sheng-Hhiung T., Chin-Tsai L., Cheng-Shiung Wu. Cultural Differences of Service Quality and Behavioral Intention in Tourist Hotels. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*. 2005. Vol. 13(1). P. 41–63.

Кожухівська Раїса Борисівна

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

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

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8450

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

APPLICATION OF THE INTERNET TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF IMPLEMENTATION OF COMMUNICATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES IN THE SPHERE OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Анотація. У статті досліджено питання застосування інтернет-технологій у процесі реалізації комунікаційної діяльності туристичних підприємств та підприємств індустрії гостинності. Зазначено, що наразі інформаційно-технічний прогрес є не тільки одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування туристичного ринку та індустрії гостинності, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Інтенсифікація розвитку туристичної сфери та індустрії гостинності, характеризується в першу чергу кардинальними змінами в комунікативній стратегії підприємств. Конкуренція змушує підприємства витратити зусилля не тільки на створення принципово нових унікальних товарів та послуг, але і на створення унікальних технологій їх просування, тому інформаційним технологіям при формуванні та реалізації комунікаційної політики має бути приділена пріоритетна увага. У ході проведеного дослідження здійснено аналіз теоретичних положень щодо визначення дефініції «інтернет-технології». Окреслено практичні аспекти застосування інтернет-технологій туристичними підприємствами та підприємствами індустрії гостинності. Визначено переваги та недоліки використання інтернет-технологій в діяльності туристичних підприємств та підприємств індустрії гостинності. Встановлено, що основною відмінністю інтернет-технологій від інших засобів масової інформації є багатовекторна комунікаційна модель «багато до багатьох», у якій кожна зі сторін має можливість звертатися одна до одної та здійснювати зворотній зв'язок. Указано, що завдяки активному розвитку інформаційних технологій, зокрема мережі інтернет, для підприємств відкрився новий інструмент комунікацій – інтернет-технології в маркетингу. Встановлено, що маркетингова політика направлена на розвиток їх комунікаційної діяльності. Проведено класифікацію засобів маркетингових інтернет-комунікацій за характером контакту із цільовою аудиторією. У підсумку зазначено, що застосування інтернет-технологій у процесі реалізації комунікаційної політики туристичних підприємств та підприємств індустрії гостинності є вагомим аспектом забезпечення високої ефективності їх діяльності та дієвим засобом реалізації туристичного продукту чи послуги.

Ключові слова: туризм, інтернет, технології, комунікації, споживач.

Summary. The article investigates the use of Internet technologies in the process of implementation of communicative activities of tourism enterprises and hospitality industry enterprises. It was noted that at the current stage the information and technological progress is not only one of the main factors in ensuring the effective functioning of the tourism market and hospitality industry, but also the most important condition for the process of its sustainable development. The intensification of development of the tourism and hospitality industry is characterized first and foremost by radical changes in the communication strategy of enterprises. Competition forces enterprises to spend efforts not only on the creation of fundamentally new unique

goods and services, but also on the creation of unique technologies for their promotion, so priority attention should be given to informational technologies whilst forming and implementing communication policy. In course of the conducted research the analysis of theoretical provisions regarding the definition of «Internet technology» has been carried out. The practical aspects of the usage of Internet technologies by tourism enterprises and hospitality industry enterprises are highlighted. The advantages and disadvantages of using Internet technologies in the activities of tourism and hospitality industry enterprises have been determined. It is established that the main difference between Internet technologies and other mass media is a multi-vector communicative model «many to many», in which each party has the opportunity to contact with one another and provide a feedback. It is specified that due to the active development of informational technologies, in particular the Internet, a new communication tool – Internet technologies in the field of marketing – has been opened for enterprises. It is determined that the marketing policy is aimed at the development of their communicational activities. The classification of means of the marketing Internet communications by the nature of contact with the target audience has been carried out. As a conclusion, it is stated that the application of Internet technologies in the process of implementing the communication policy of tourism and hospitality industry enterprises is an important aspect of ensuring high efficiency of their activities and an effective means of selling a tourist product or service.

Key words: tourism, Internet, technology, communications, consumer.

Постановка проблеми. Поява глобальних мереж зв'язку, в першу чергу — Інтернет, призвели до справжньої революції в області організації і ведення комерційної діяльності, зокрема в сфері туристичного бізнесу та індустрії гостинності. Перетворення торкнулися як відносин між компаніями і їхніми партнерами або клієнтами, так і структури самих підприємств. З'явилися нові напрямки ведення бізнесу та принципово змінилися вже існуючі, при цьому, в останні роки ці тенденції стають усе більш явними. Інтенсифікація розвитку туристичної сфери та індустрії гостинності, характеризується кардинальними змінами в комунікативній стратегії підприємств. Конкуренція змушує підприємства витрачати зусилля не тільки на створення нових товарів та послуг, але і на створення унікальних технологій їх просування. Активізується пошук ефективних способів спілкування зі споживачами, без розробки яких ставиться під загрозу фінансовий успіх та існування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі багато дослідників займаються вивченням питання використання інформаційних технологій у різних сферах бізнес-діяльності, зокрема й у сфері туризму та індустрії гостинності, серед вітчизняних науковців слід відзначити праці: Дергачова В. та Скибіна О. [1], Бойко Н.І. [2], Гряділь І. та Гряділь С. [3], Заплатинського В. [4], Клейнера Я., Деревницької І. та Дорофійенко В. [5], Павленка А., Войчак А., Примак Т. [7], Пілюшенка В. [8]; зарубіжних — Сміта П. та Зука З. [9], МакКінсі Дж. [10], Дваєра Л. [12].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений критичний аналіз наукових та дослідницько-популярних матеріалів що містять інформацію стосовно використання інфор-

маційних технологій, дав змогу всебічно оцінити проблему та зробити висновок щодо недостатності вивчення питання стосовно застосування підприємствами туристичної сфери та індустрії гостинності, у процесі реалізації комунікаційної діяльності, інструментарію інтернет-технологій. Тому, зазначене питання потребує додаткового вивчення та проведення ґрунтовних досліджень у даному напрямку.

Мета дослідження полягає в аналізі використання підприємствами сфери туризму та індустрії гостинності інструментарію та можливостей інтернет-технологій при реалізації комунікаційної політики. Зважаючи на мету дослідження ключовими завданнями є визначення переваг та недоліків при використанні інтернет-технологій в маркетинговій та комунікаційній діяльності підприємств сфери туризму та індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний час, одними із найбільш сучасних та застосовуваних інформаційних технологій у маркетинговій діяльності підприємств сфери туризму та індустрії гостинності є інтернет-технології. В умовах глобалізації, інтернет як система передачі даних, відіграє важливу роль у діяльності, як окремих учасників економічного процесу, так і функціонування економічних систем. Саме використання інтернет-технологій сприяло бурхливому розвитку міжнародних фінансових інститутів (фондових ринків), виходу реальних підприємств у глобальне віртуальне середовище, розвитку електронного бізнесу, появи нових галузей економіки, у тому числі на міжнародній арені (аутсорсинг, офшорне програмування і т.д.) [1, с. 72]. Інтеграція інтернет-технологій у соціально-економічне життя світового співтовариства ознаменувала розвиток нової

ери споживача, у результаті центром виробничих процесів став споживач. Виробники зобов'язані орієнтуватися на думку індивідумів для того, щоб залишатися конкурентними як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку і підтримувати лояльність кожного споживача. Саме із цього погляду інтернет-технології — один з найефективніших інструментів господарської діяльності [2, с. 399]. Проникнення Інтернет охопило всі сторони життя і бізнес-діяльності. Слід виділити наступні фази розвитку Інтернет-маркетингу: до 1995 р. — торгівля по каталогах (інтернет-версії каталогів); до 1997 р. — інтернет-торгівля, або електронна комерція (e-Commerce): онлайн продажі, магазини, віртуальні розсилання; до 1999 р. — поширення віртуальних порталів та віртуальних торговельних площадок; до 2001 р. — e-CRM, тобто перенос функції управління відносинами із клієнтами в Інтернет; до 2010 р. — Інтернет-системи планування ресурсів підприємства (e-Enterprise) та управління ланцюжками поставок (e-Supply Chain Management — e-SCM): перенос відповідних процесів в інтернет [3, с. 28].

Інтернет-бізнес пройшов багатоступінчастий шлях розвитку: спочатку, на етапі освоєння нового, підприємства за допомогою маркетингу з використанням електронної кореспонденції (e-mail — маркетингу) і домашніх сторінок створювали передумови для входження в епоху інтернет-продаж. Ці дії сформували канали покупок (e-Procurement — придбання через Інтернет) і канали збуту (e-Commerce). Інтернет-магазини мали неймовірний потенціал для зниження витрат і забезпечили швидкий та недорогий пошук нових постачальників і клієнтів. Ці канали розвилися в інтернет-портали, і як результат, стали самостійними віртуальними «воротами» підприємств. Далі портали збагатилися різними робочими функціями: так, виникли транзакційні платформи (ціль — продажі і покупки по усьому світі з мінімальними витратами) і партнерські платформи (ціль — співробітництво з певними партнерами). Підприємства поєднували свої ланцюжки створення цінностей. Шлях до управління ланцюжками поставок в Інтернет (e-SCM) був створений. Наразі не тільки ланцюжки створення цінностей, об'єднані горизонтально й вертикально за допомогою двосторонньої системи поставок, але й цілі ціннісні системи постачальників і виробників, поєднуються в єдині мережі [4, с. 182].

Дослідження функціональних сфер застосування інтернет-технологій в діяльності підприємств, дають дійти висновку щодо їх дуалістичної приро-

ди та подвійної ролі у системі маркетингу, зокрема: з одного боку, це перш за все інформаційний та комунікаційний ресурс, який сприяє одержанню компаніями необхідної інформації про ринок, конкурентів, споживачів, ціни, ділові пропозиції тощо. Так, в сучасних умовах інтернет виступає джерелом одержання комерційної та маркетингової інформації, адже дає змогу швидко зібрати статистику про ринок, його учасників, ринкові пропозиції, ціни, стандарти тощо. На даний час, онлайн продажі туристичних послуг через інтернет-сайти та спеціалізовані інтернет-портали — це один з основних інструментів продажу на ринку, і тому можна стверджувати, що комерційний успіх туристичного підприємства, багато в чому залежатиме від правильного вибору і уміння використовувати системи електронної комерції.

Завдяки маркетинговим функціям, які здійснюються через інтернет, відбулося різке збільшення використання інтернету, що прискорюється безупинним розвитком самих ресурсів мережі. Уже сьогодні підприємства, усвідомлюють потенціал інтернету як маркетингового інструментарію, що представляє собою одночасно і засіб спілкування, і засіб ділової взаємодії. Загалом, застосування інтернет-технологій забезпечує вагомі переваги у порівнянні із конкурентами, а тому перспективність розвитку комунікаційної діяльності підприємств із використанням сучасних інформаційних технологій є цілком очевидною.

Інформаційно-технічний прогрес, на сьогодні, є не тільки одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування ринку, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Тому інформаційним технологіям при формуванні та реалізації комунікаційної політики підприємств має бути приділена пріоритетна увага. Наразі, завдяки активному розвитку інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, для підприємств відкрився новий інструмент комунікацій — інтернет-технології в маркетингу. Розвиток інтернету дещо змінив погляд на маркетингові комунікації, оскільки інтернет-технології об'єднали в собі інтерактивний характер комунікації і можливості персоналізації. Основною відмінністю інтернет-технологій від інших засобів масової інформації є багатовекторна комунікаційна модель «багато до багатьох», у якій кожна зі сторін має можливість звертатися одна до одної та здійснювати зворотній зв'язок. Крім того, особливість інтернет-середовища проявляється в активній ролі користувачів (у традиційних засобах масової інформації їх роль є пасивною), що

обумовлена контролем над пошуком інформації за рахунок різних механізмів навігації. Інтерактивна природа маркетингових комунікацій в інтернет дає змогу підвищити ефективність взаємодії учасників комунікації.

Аналіз робіт дослідників у сфері інформаційних технологій засвідчує, що вони постійно еволюціонують, забезпечуючи більш високий рівень якості вирішення управлінських завдань. На підставі дослідження спеціалізованої літератури можемо виділити чотири етапи розвитку інформаційних технологій (табл. 1).

Передумовою для дослідження можливостей використання інтернет-технологій для організації комунікаційного процесу є визначення сутності інтернет-комунікацій. Дослідження та аналіз визначень терміну «інтернет-комунікація», засвідчили обмежене розкриття і практичну відсутність чітких формулювань з даного питання. Наведені в літературі визначення, базуються на загальних положеннях теорії інформації та маркетингових комунікацій, при цьому не враховуються особливості механізмів реалізації даних комунікацій на основі інтернет-мережі (табл. 2).

Базуючись на запропонованих визначеннях маркетингових комунікацій та враховуючи особливості середовища Інтернет, можна надати власне визначення терміну «інтернет-комунікація», під яким слід розуміти сукупність способів, засобів та механізмів поширення інформації се-

ред аудиторії Інтернет за допомогою механізмів інтернет-технологій – сайтів, порталів, пошукових систем, груп-новин, e-mail.

Значне науково-практичне значення має дослідження питання щодо чинників та факторів розвитку інтернет-комунікацій. Основною причиною розвитку ринку інтернет-комунікацій є усвідомлення власниками бізнесу необхідності в постійному інформуванні своїх споживачів про нові товари і послуги. В умовах жорстко обмеженого бюджету і постійно зростаючої конкуренції, уже недостатньо мати сайт для залучення клієнтів, і тому постає питання щодо необхідності просування своєї продукції/послуг, використовуючи банерні мережі і контекстну рекламу. Інтернет здатний запропонувати ефективне рішення, практично для будь-якого бюджету, тоді як оффлайнова реклама не може бути ефективною в умовах недостатності коштів. Традиційні медіа носії обмежені рамками формату, періодичністю й високими вимогами до бюджету [2, с. 400].

Використання інтернет-комунікацій обумовлено наступними найважливішими причинами: значною частиною користувачів інтернет є користувачі, які найбільш швидко здатні сприймати інформацію про товари-новинки, і згодом, можуть вплинути на інших споживачів; інтернет-комунікації застосовуються для просування інформаційно-насичених товарів, послуг (туристичні послуги, фінансові послуги тощо); інтернет-

Таблиця 1

Основні етапи еволюції інформаційних технологій

№ з/п.	Етапи еволюції інформаційних технологій	Характеристика етапів еволюції
1.	Етап № 1 (1940–1960 рр.)	Створення та використання ЕОМ першого і другого покоління. Характерні риси цього етапу: програмування в машинних кодах, поява блок-схем, програмування в символьних адресах, розробка бібліотек стандартних програм, автокодів, машинно-орієнтованих мов.
2.	Етап № 2 (1960–1980 рр.)	Поява міні-ЕОМ на великих інтегральних схемах. З'явилися операційні системи другого покоління, що працюють у трьох режимах: реального часу, поділу часу і у пакетному режимі.
3.	Етап № 3 (1980–1990 рр.)	Поява персонального комп'ютера — інструменту, який дозволяє формалізувати і зробити доступними для автоматизації багато процесів діяльності підприємств. Розпочалося впровадження інформаційних технологій в усі сфери діяльності; поширення одержали діалогові операційні системи, автоматизовані робочі місця (АРМ), експертні системи, бази знань, локальні обчислювальні мережі, розподілена обробка даних.
4.	Етап № 4 (початок 90-х років до нинішнього часу)	У цей період розробляються інформаційні технології для автоформалізації знань, мета — повна інформатизація суспільства. З'явилися портативні ЕОМ, графічні ОС Windows, нові технології: об'єктно-орієнтовані, гіпертекст, мультимедіа. Йде формування баз знань по всіх галузях діяльності. Відбувається інформатизація суспільства. Проходить створення глобально-орієнтованих інформаційних технологій на основі Інтернет-засобів.

Джерело: складено на основі [5; 6; 7]

Таблиця 2

Систематизація визначень Інтернет-комунікацій

№ з/п.	Автор	Визначення терміну
1.	Заплатинський В.М. [4]	Інтернет-комунікації — сукупність способів інформаційного впливу на аудиторію Інтернет за допомогою інструментів Інтернет-реклами, банерів, розсилань новин та ін.
2.	Пілюшенко В.Л. [8]	Інтернет-комунікація — передача інформації від відправника до одержувача за допомогою засобів Інтернет
3.	Сміт П., Зук З. [9]	Інтернет-комунікації — сукупність повідомлень, спрямованих на Інтернет-аудиторію, що реалізуються за допомогою тексту, графіки, образів та відео засобів в мережі Інтернет

Джерело: складено на основі [4; 8; 9]

комунікації дають можливість швидко визначити рівень їх ефективності, що дозволяє об'єктивно оцінити доцільність використання інших комунікативних каналів [6, с. 70].

Ключовими перевагами, які забезпечують підприємству інтернет-комунікації, є: більш точне охоплення цільової аудиторії за рахунок розміщення інформації на тематичних інтернет-сайтах, за рахунок вибору необхідного географічного сегменту інтернет та за рахунок розміщення інформації у певний час (дана властивість має назву *targeting*); можливість аналізу поведінки відвідувачів на сайті та удосконалення сайту, продукту і маркетингу відповідно до результатів такого «відстеження» (дана властивість має назву *tracking*); постійна доступність інформації цільовій аудиторії; висока гнучкість, оскільки існує можливість коригувати, чи взагалі змінити комунікативну програму; інтерактивність, оскільки споживач може взаємодіяти як із продавцем, так і з продуктом/послугою, дослідити його, і, якщо підходить — купити. Крім того, комунікація в інтернет дозволяє розміщувати велику кількість інформації, включаючи графіку, звук, відео, спецефекти; нижча вартість інтернет-послуг порівняно з іншими засобами масових комунікацій [10 с. 182].

Проте слід зазначити, що комунікації в Інтернет не позбавлені і певних недоліків. Зокрема, недоліками комунікацій в Інтернет є те, що по-перше, багато споживачів побоюються розкриття без певних питань, як то номер своєї кредитної картки, номер телефону тощо; по-друге, кількість web-сайтів настільки велика, що споживачі не мають можливості познайомитися з усіма пропозиціями та провести на одному сайті багато часу.

Виходячи з аналізу цільової аудиторії, комунікації в Інтернет розподіляють на масові комунікації і взаємодію з групами та взаємини із засобами масової інформації (комунікації за допомогою електронних медіа), при цьому кожна група засобів має свої завдання. Так, масові комунікації і взаємодію з групами використовують для просування сайту та як елемент брендингу, а комунікації за допомогою електронних медіа — для розсилання прес-релізів і інформації для преси. Сукупність використовуваних в практиці маркетингових комунікацій за характером контакту із цільовою аудиторією, ми пропонуємо розподілити на дві основні групи: прямі та непрямі маркетингові комунікації (рис. 1).

Отже, до групи непрямих маркетингових комунікацій слід віднести ті методи, які не передбачають

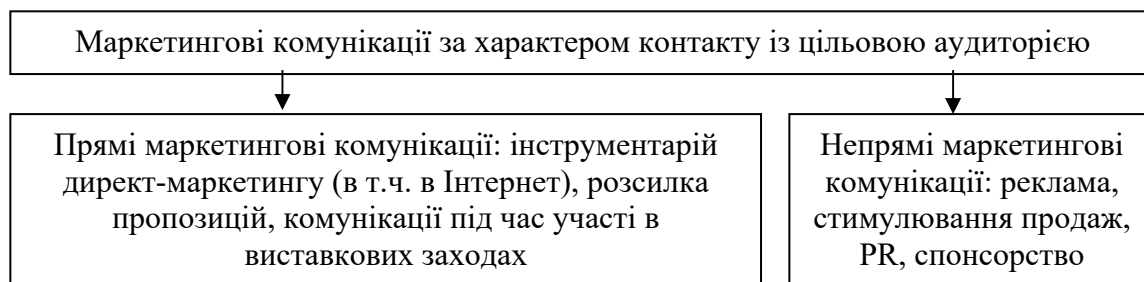


Рис. 1. Класифікація засобів маркетингових інтернет-комунікацій за характером контакту із цільовою аудиторією

Джерело: складено автором на основі аналізу [10; 12]

встановлення персоніфікованого контакту із споживачами, а розповсюджують інформацію одразу на велику групу цільової аудиторії. До методів непрямих маркетингових комунікацій відносяться: реклама, стимулювання продаж, PR, спонсорство. До прямих маркетингових комунікацій відносяться ті методи, які дають змогу встановити особистий, персоніфікований контакт між компанією та її споживачами. До групи прямих методів маркетингових комунікацій в комерційній практиці відносяться: інструментарій директ-маркетингових заходів — прямі комунікації, які здійснюються шляхом розсилання комерційних пропозицій партнерам; комунікації із потенційними споживачами під час участі у виставкових заходах.

Зважаючи на вказане, доцільним буде розподілення основних способів комунікації в мережі на активні й пасивні, при цьому до активних слід віднести банерну рекламу, рекламу з використанням електронної пошти, партнерські програми та контекстну рекламу, а до пасивних — реєстрацію сайту в пошукових системах і каталогах, електронні PR-комунікації та обмін посиланнями. Відмінність активних комунікацій від пасивних заснована на наступних параметрах: активні комунікації є більше керованими за рахунок можливостей таргетингу; активні маркетингові комунікації є більш «агресивними» та забезпечують більш швидке залучення користувачів [11, с. 186–187].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інтернет зробив і продовжує здійснювати вплив на формування і розвиток світового інформаційного співтовариства, передусім, завдяки своїм технологічним можливостям, які в даних умовах є вагомим чинником бурхливого розвитку процесів інформатизації світового співтовариства. За умов зростання ролі нецінових форм конку-

ренції та бурхливого розвитку інформаційних технологій, ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств, як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, стає ефективна система комунікацій. В умовах конкурентної боротьби постійно зростає необхідність вдосконалення механізму просування товарів на ринках, що обумовлює необхідність пошуку найбільш ефективних інструментів комунікативного впливу на ринок.

Отже, зважаючи на проведений аналіз маркетингової комунікаційної політики на основі використання інтернет-технологій, можна виділити такі їх переваги у діяльності підприємств сфери туризму та індустрії гостинності: маркетингову політику конкурентів набагато простіше відстежити в Інтернет, ніж у традиційних ЗМІ; комунікації в інтернет-мережі дають змогу встановити зворотний зв'язок з цільовою аудиторією та потенційними споживачами послуги; краща подача рекламних і PR матеріалів (диференціація в залежності від цільової аудиторії); встановлення динамічного ціноутворення як на продукт/послугу так і на маркетингові комунікації (ціни змінюються залежно від кон'юнктури ринку); персоналізація реклами та пропозицій. Персоналізація більш поширена в банерній рекламі на сайтах, що проводять персоналізацію користувачів.

Застосування новітніх інформаційних технологій у процесі реалізації комунікаційної політики підприємств, із застосуванням інструментів мережі інтернет є вагомим аспектом забезпечення високої ефективності їх діяльності, що вказує на перспективність здійснення подальших досліджень саме в напрямку використання інтернет-мережі, як дієвого засобу реалізації продукту чи послуги.

Література

1. Дергачова В.В. Скибіна О.О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми. Донецьк: ДДУіТ ім. Туган-Барановського, 2007. 215 с.
2. Бойко Н.І. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових сучасних підприємств. Вісник Львівського національного університету. Сер.: Економіка. 2005. Вип. 17. С. 399–401.
3. Гряділь І.І. Гряділь С.І. Нові інформаційні технології. Ужгород: Закарпаття, 2002. 58 с.
4. Заплатинський В.М. Internet-сучасна інформаційна технологія для маркетингу. Маркетинг та логістика в системі менеджменту. 1998. С. 181–182.
5. Клейнер Я.С., Деревицька І.Ю., Дорофієнко В.В. Нові інформаційні технології в менеджменті. Харків: Основа, 2002. 106 с.
6. Кожухівська Р.Б. Аналіз сутності та особливості реалізації маркетингових комунікацій. Економіка і управління. 2010. Вип. 1(45). С. 70–77.

7. Павленко А.Ф. Войчак А.В., Примак Т.О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. Київ: КНЕУ ім. В. Гетьмана. 2005. 404 с.
8. Пілюшенко В.Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі. Донецьк: ДонДУУ. 2005. 205 с.
9. Smith P.R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media. Innsbruck: Kogan Page. 2011. 483 p.
10. Ms. Makense J. Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher: Prentice Hall; Category: Business. 4th edition. 2005. 267 p.
11. Кожухівська Р.Б. Інтернет-технології в маркетингу: специфіка, класифікація, переваги та недоліки. Вісник Дніпропетровського університету. Сер. «Економіка». 2012. Вип. 6(2). Т. 20. № 10/1. С. 180–187.
12. Dwyer L. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing. 2006. 495 p.

References

1. Derhachova V.V. Skybina O.O. Hlobalizatsiia biznesu ta internet-marketynh: perspektyvy i problemy. Donetsk: DDUiT im. Tuhan-Baranovskoho, 2007. 215 s.
2. Boiko N.I. Rol informatsiinykh ta komunikatsiinykh tekhnolohii v marketynhovykh suchasnykh pidpriemstv. Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu. Ser.: Ekonomika. 2005. Vyp. 17. S. 399–401.
3. Hriadil I.I. Hriadil S.I Novi informatsiini tekhnolohii. Uzhhorod: Zakarpattia, 2002. 58 s.
4. Zaplatynskyi V.M. Internet-suchasna informatsiina tekhnolohiia dlia marketynhu. Marketynh ta lohistyka v systemi menedzhmentu. 1998. S. 181–182.
5. Kleiner Ya.S., Derevytska I. Iu., Dopofiienko V.V. Novi informatsiini tekhnolohii v menedzhmenti. Kharkiv: Osnova, 2002. 106 s.
6. Kozhukhivska R.B. Analiz sutnosti ta osoblyvosti realizatsii marketynhovykh komunikatsii. Ekonomika i upravlinnia. 2010. Vyp. 1(45). S. 70–77.
7. Pavlenko A.F. Voichak A.V., Prymak T.O. Marketynhovi komunikatsii: suchasna teoriia i praktyka. Kyiv: KNEU im. V. Hetmana. 2005. 404 s.
8. Piliushenko V.L. Informatsiini tekhnolohii u marketynhu i reklami. Donetsk: DonDUU. 2005. 205 s.
9. Smith P.R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media. Innsbruck: Kogan Page. 2011. 483 r.
10. Ms. Makense J. Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher: Prentice Hall; Category: Business. 4th edition. 2005. 267 r.
11. Kozhukhivska R.B. Internet-tekhnolohii v marketynhu: spetsyfika, klasyfikatsiia, perevahy ta nedoliky. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Ser. «Економіка». 2012. Vyp. 6(2). Т.20. № 10/1. S. 180–187.
12. Dwyer L. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing. 2006. 495 p.

Петренко Наталія Олександрівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва*

Petrenko Nataliia

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Uman National University of Horticulture*
ORCID: 0000-0003-0922-8389

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8451

СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

SERVICE INNOVATIONS AS A ESSENTIAL ELEMENT | FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

Анотація. У статті розглянуто питання щодо використання сервісних інновацій як елемента розвитку індустрії гостинності. Встановлено, що розробка інноваційних готельних продуктів та надання високого рівня сервісних послуг, наразі, є досить актуальною проблемою, оскільки сприяє підвищенню рівня якості сервісного обслуговування клієнтів та ефективності діяльності готелів загалом. Зазначено, що головною умовою досягнення високого рівня конкурентоспроможності готелю є модернізація сервісу і послуг та їх відповідність міжнародним стандартам якості. У ході дослідження вивчено питання щодо сутності сервісної діяльності в готельному бізнесі. Розглянуто сутність, складові та структуру сервісного готельного продукту. Розглянуто особливості інноваційної сервісології в готельному бізнесі. Здійснено аналіз складових інноваційного сервісного обслуговування в готельній сфері. Окреслено ключові аспекти специфіки формування й використання та реалізації інноваційних сервісних послуг в індустрії гостинності. Визначено ключові напрямки підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу на основі удосконалення рівня додаткових сервісних послуг. Зазначено, що ефективній реалізації інноваційних готельних послуг сприяє використання новітніх форм маркетингової діяльності, зокрема інтернет-маркетинг. З'ясовано, що застосування інструментарію інтернет-маркетингу сприяє правильному розумінню поведінки споживачів та їх ціннісних установок; дає змогу визначати потреби гостей та готельні послуги, які мають найбільший попит; створювати систему взаємовідносин із споживачами готельних послуг; сприяє поінформованості про готель та його послуги; допомагає залучити цільову аудиторію тощо. Резюмовано, що сучасні підприємства готельної індустрії повинні більше інвестувати в підвищення рівня сервісології, оскільки надання високоякісних сервісних послуг сприятиме повторному відвідуванню готелю та сформує стійку клієнтську базу споживачів готельних послуг.

Ключові слова: сервісологія, інновація, готель, послуга, споживач.

Summary. The article considers the issue of using service innovations as an element for the development of the hospitality industry. It is established that the development of innovative hotel products and the provision of a top-notch services is currently a quite relevant problem, as it contributes to improving the quality of customer service and the efficiency performance of hotels in general. It is stated that the main condition for achieving a high level of the hotel competitiveness is the modernization of services and their compliance with international quality standards. In the course of the research the issue of the essence of service activity in the hotel business has been investigated. The essence, components and structure of the service hotel product are considered. The particularities of innovative servicology in the hotel business are considered. The components of innovational maintenance service in the hotel sphere are analysed. The key aspects of the specifics of the formation, use and implementation of innovative services in the hospitality industry are described. The key directions of increasing the competitiveness of the hotel business on the basis of improving the level of additional services have been identified. It was noted that

the effective implementation of innovative hotel services is facilitated by the use of the latest forms of marketing activities, such as the Internet marketing. It is defined that the use of Internet marketing tools contributes to the correct comprehension of consumer behavior and their valuable attitudes; allows to determine the needs of guests and hotel services that are in the greatest demand; create a system of relationships with consumers of hotel services; promotes awareness regarding the hotel and its services; helps to attract the target audience, etc. It is summarized that modern enterprises of the hotel industry should invest more in raising the level of servology, as the provision of a top-notch services will encourage repeated visits to the hotel and will form a stable customer base of hotel services consumers.

Key words: servology, innovation, hotel, service, consumer.

Постановка проблеми. У сучасну епоху науково-технічного прогресу, який інтегрував практично у всі сфери суспільно-економічного життя, особливе значення мають інновації та новітні технології саме в готельний бізнес. Адже їх застосування позначається на висококонкурентній боротьбі готелів за своїх клієнтів. Перед провідними фахівцями індустрії гостинності постають завдання, серед яких головними є: надання високого рівня сервісних послуг, залучення якнайбільшої кількості постійних клієнтів та отримання прибутку від цих послуг. Досягти таких завдань без впровадження нових сервісних послуг практично неможливо, тому впровадження та використання нових технологій обслуговування у готельному бізнесі є досить актуальною проблемою, оскільки сприяє підвищенню рівня якості сервісного обслуговування клієнтів та ефективності діяльності готелів загалом. Зважаючи на вказане, дослідження питання сервісних інновацій в індустрії гостинності є особливо актуальним та потребує пошуку шляхів вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку готельного бізнесу було тематикою дослідження багатьох українських та зарубіжних вчених: так, Байлик С.І. та Писаревський І.М. вивчали питання організації готельного господарства [1], Заміховська О.Л. та Костинець В.В. займалася вивченням online-продаж готельних послуг та цифрового маркетингу ресторанного бізнесу [2; 6], Домінська О.Я., Батьковець Н.О. вивчали сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні [3], Кифяк В.Ф. розглядав можливості організації туристичної і готельної діяльності в Україні [4], Корж Н.В. Левицька І.В. та Онищук Н.В., Джавабreh О.А., Маса'дех Ра'Ед, Махмуд Р.М. та Хамаша С.А. досліджували організаційні, управлінські та технологічні аспекти ведення готельного бізнесу [5; 12], Кучечук Л.В. і Черниш К.О., Михайлова О.П. та Брінь П.В. досліджували основні проблеми готельного бізнесу в Україні [7; 9], Роглев Х.Й., Нечаюк Л.І. та Нечаюк Н.О. вивчали основи менеджменту в готельному бізнесі [8; 11]; Пуцентей-

ло П.Р. розглядав питання економіки і організації туристично-готельного підприємництва [10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Концепції, теоретичні положення та практичні рекомендації, висвітлені у працях вищезазначених авторів, створили міцний теоретико-практичний базис і посідають вагоме місце у вирішенні проблем щодо розвитку готельного бізнесу. Однак, питання щодо специфіки формування й використання інноваційних сервісних послуг в індустрії гостинності, наразі, залишається малодослідженими, а тому, потребує додаткового вивчення.

Мета дослідження полягає у вивченні питання щодо сутності сервісної діяльності в готельному бізнесі та специфіки формування й використання інноваційних сервісних послуг в індустрії гостинності.

Зважаючи на мету, ключовими завданнями дослідження є аналіз складових сервісології в готельній сфері та особливостей реалізації готельних послуг; визначення ключових напрямків підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу на основі удосконалення рівня додаткових сервісних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Готельний бізнес є невід'ємною частиною сфери туризму, перш за все однією з найважливіших інфраструктур для залучення туристів та задоволення їх первинних потреб — проживання та харчування. Тому в туристичному бізнесі ХХІ ст. увага приділяється не лише кількості та спектру послуг, але і якості надаваних послуг, а також розробці нових технологій для підвищення їх ефективності.

Готельний бізнес прийнято називати індустрією гостинності, де під поняттям «гостинність» слід розуміти привітний прийом гостей і чудове до них ставлення. У разі жорсткої конкурентної боротьби перевагу матимуть ті готельні підприємства, які прагнуть задовольнити запити споживачів, постійно підвищуючи рівень сервісу. Сервіс — це вміння надати гостю трохи більше, аніж він очікує.

Готельна індустрія сьогодні — це, перш за все, високий рівень конкуренції. У готельному бізнесі термін «сервіс» означає комплекс заходів для забезпечення доступності зручностей, і вони повинні відповідати всім вимогам відвідувачів. Попит на готельні послуги щорік зростає. З підвищенням рівня сервісних послуг зростає репутація готелю, стає привабливою для клієнтів і має вирішальне значення для процвітання цього готелю. Наразі, головною умовою досягнення високого рівня конкурентоспроможності готелю є модернізація сервісу і послуг та їх відповідність міжнародним стандартам якості.

У сучасних умовах на лояльність гостей при виборі готелю впливають різні фактори, при цьому сервісне обслуговування можна виділити як критичний елемент вибору. На нашу думку, під терміном «сервісне обслуговування» слід розуміти специфічний вид людської діяльності, який спрямований на максимальне задоволення потреб клієнта шляхом надання послуг.

Сервісний готельний продукт — це сукупність базових та додаткових послуг, до числа яких відносяться матеріальні, технічні, людські, інформаційні, тимчасові та інші фактори діяльності готелю з надання клієнтам благ, які мають певні споживчі властивості та здатні задовольняти їх потреби (рис. 1).

Сукупність базових та додаткових послуг формують так звані «ядро» і «контури сервісного обслуговування». Базові послуги є «ядром» сервісного процесу, додаткові — «контурами сервісного обслуговування».

До базових послуг відносяться послуги, що надаються в рамках оплати за розміщення в готелі, насамперед розміщення та харчування. У вартість базових послуг можуть бути включені послуги «будіння гостя», надання додаткового посуду та столових приладів, предметів гігієни тощо, що впливає на рівень індивідуалізації послуг.

У свою чергу варто відокремити два контури сервісного обслуговування. До послуг першого контуру можна віднести доступ до Інтернету, надання сейфа, послуги багажної кімнати, виклик таксі, допомога у доставці та донесенні багажу,

користування басейном, тренажерним залом тощо. Ці послуги можуть бути надані гостю як безкоштовно, так і за додаткову плату. Складовими другого контуру є послуги бару, ресторану, екскурсійні послуги, оренда конференц-залу, трансфер, продаж сувенірів тощо, надаються завжди за додаткову плату.

Таким чином, структура сервісного готельного продукту містить дві частини: ядро продукту — його функціональні властивості і характеристики, і «фірмову (концептуальну) оболонку» продукту, яка може бути багатопшаровою. Споживача більше цікавить «оболонка», оскільки саме вона забезпечує повне задоволення від сервісної готельної послуги.

Сутність формування сервісного готельного продукту полягає в процесі взаємодії споживача та виконавця, з метою задоволення потреб гостя у розміщенні, харчуванні та додаткових послугах, а також одержанні прибутку.

Для сервісного готельного продукту характерні такі ж риси, як і для готельної послуги: невідчутність, нерозривність виробництва та споживання, мінливість якості надання послуг, неможливість зберігання.

Наразі, інноваційна сервісологія готельного бізнесу ґрунтується на діяльності у двох напрямках: забезпечення матеріально-технічних умов надання послуг споживачам та збільшення асортименту послуг, що надаються клієнтам.

Більшість сучасних готелів для того, щоб підвищити привабливість своїх послуг і створити додаткову вигоду в очах клієнтів, передбачаючи бажання гостя, впроваджують додаткові продукти, здатні підвищити лояльність клієнтів. Серед них: послуги бізнес-центру та конференц-залів, обладнаних новітніми комунікаційними та інформаційними ресурсами; послуги банкетних залів; послуги лікувально-оздоровчих приміщень; продаж авіаквитків, квитків у кінотеатри, театри, концерти; проведення екскурсій тощо. На впровадження та використання вищезазначених додаткових послуг впливають три основні фактори:

1. Відношення готелю до певної категорії — визначає формування матеріально-технічного осна-

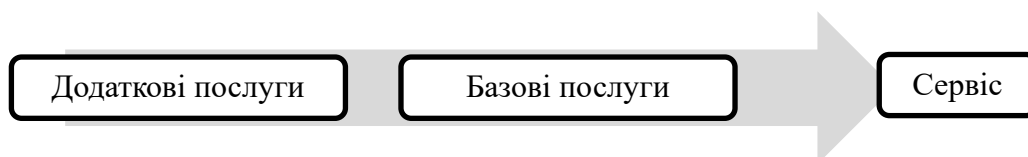


Рис. 1. Структура сервісного готельного продукту

Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження

щення та сукупності додаткових послуг, які надає готель.

2. Діяльності у певному сегменті ринку — визначає напрямок інноваційного розвитку щодо детального обліку попиту на послуги постійних клієнтів готелю.

3. Готельна спеціалізація — спрямована на розробку та впровадження таких нових технологій, які сприяють конкурентоспроможності служби готелю, що визначає його спеціалізацію.

На нашу думку, для збільшення обсягу продажу, підвищення ефективності своєї діяльності, готельне підприємство формуючи попит на свої послуги повинно застосовувати такі методи просування як:

- стимулювання збуту — короткострокові стимулюючі та спонукальні впливи, спрямовані на заохочення продажів готельного продукту (знижки, безкоштовні додаткові послуги, накопичувальні бонуси);
- PR (надання гостям новинної інформації про готель, спеціальні акції та пропозиції, що сприяє підвищенню упізнаваності готелю, формуванню сприятливого іміджу, залученню гостей та збільшенню продажів);
- особисті продажі передбачають особистий контакт готельного підприємства та гостя, в процесі якого відбувається усна презентація готелю та його послуг;
- реклама (елементи інтернет-маркетингу: контекстна та таргетована реклама, контент-маркетинг). Разом з тим, слід зауважити, що наразі багато готелів використовують ще один інструмент маркетингової збутової політики — краудмаркетинг. Краудмаркетинг — це взаємодія з аудиторією на сторонніх майданчиках для залучення інтересу до свого сервісного продукту через роботу з відгуками, у тому числі з відгуками на сайтах-агрегаторах.

Отже, завдяки зазначеним вище інструментам просування, готельне підприємство може інформу-

вати гостей про свої послуги, акцентуючи увагу на конкурентних перевагах як послуг готелю, так і в цілому.

З метою привернення уваги гостей та формування попиту на свої послуги, кожен готель прагне запропонувати особливий вид сервісу (унікальна специфічна послуга), що дасть змогу виокремитися від конкурентів та бути більш конкурентоспроможними на ринку. Конкурентоспроможність закладається на стадії розробки та надання послуг і реалізується у процесі обслуговування гостей.

Згідно проведеного аналізу наукової літератури [3; 4, 5], можемо запропонувати формулу визначення конкурентоспроможності (Ca) готельних послуг:

$$Q + P + S = Ca, \quad (1)$$

де, Q — якість, P — ціна + S — сервіс.

Відповідно до формули 1, готельне підприємство буде конкурентоспроможним при реалізації основних стратегічних напрямів, які полягають у: формуванні стратегії послуг; виборі та реалізації стратегії ціноутворення; формуванні показників якості та контролю сервісного обслуговування.

Перший напрямок, формування стратегії послуг — комплекс маркетингових рішень та дій, спрямованих на формування послуг із заданими споживчими властивостями, які здатні задовольняти потреби клієнтів, забезпечуючи готелю певне місце на ринку готельних послуг. Формування стратегії послуг готельного підприємства складається з декількох рівнів:

1. Розробка базових готельних послуг — розміщення та харчування. На цьому рівні важливо підтримувати високий рівень сервісу та забезпечувати якість послуг.

2. Розробка комплексу додаткових послуг та розробка інноваційних готельних продуктів. Їх перелік може бути дуже різноманітним та залежить від зірковості готелю. Тут слід зауважити, що без оновлення спектру додаткових послуг неможливо говорити про інноваційність готельної послуги загалом.

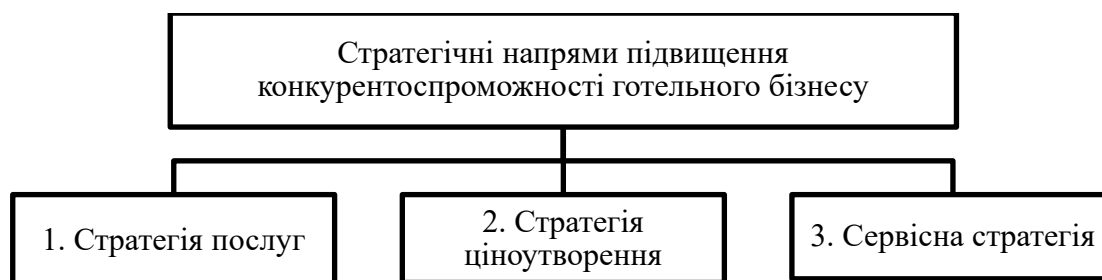


Рис. 2. Напрямки підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження

3. Розробка спеціалізованих готельних послуг, спрямованих задоволення індивідуальних потреб гостей.

4. Формування пакету додаткових послуг.

Другий напрямок — полягає у виборі та реалізації цінової стратегії оскільки ціна є потужним інструментом впливу на ринок. При формуванні ціни та готельну послугу слід враховувати такі фактори:

1. Унікальна споживча цінність — формується думка споживча про те, що цінність товару підприємства перевищує цінність аналогічних пропозицій конкурентів.

2. Неможливість заміни товарами-субститутами — економія часу та сил для клієнта більш важливіша, ніж пошук вигіднішого за ціною варіанта аналогічної послуги.

3. Ефективність бізнес-витрат — гостю більш важливий сервіс та асортимент послуг, ніж їх вартість.

4. Кінцеві сумарні переваги — клієнти більш чутливі до ціни тієї послуги, яка становить більшу частку загальної вартості кінцевого пакету послуг.

5. Вплив повних витрат — клієнти мають суворобмежену суму для поїздки і не розраховують на її перебільшення.

6. Співвідношення ціна — якість.

Дослідження Міжнародної асоціації по екскурсійному обслуговуванню і турам (International Sightseeing and Tours Association (ISTA)), проведені у 2021 році, показали, що витрати на залучення нових клієнтів у п'ять разів дорожчі, ніж утримання постійного клієнта. Тому для готельного бізнесу важливою стратегією є надання якісних послуг, які відповідають усім потребам наших клієнтів та відповідають заявленим стандартам [13].

Третій напрямок — формування показників якості та контроль сервісного обслуговування. У сучасних умовах сервіс формує враження від готельного продукту. Чим краще готель знає і розуміє своїх споживачів, які формують його цільову аудиторію, тим успішніше він працює на ринку. Тут, також слід зауважити й на тому, що якість готельних послуг значною мірою залежить від кваліфікації персоналу. Персонал є не лише виконавцем послуги, а й її вагомою складовою — частиною сервісного обслуговування. І в даному випадку велику роль відіграють такі якості персоналу як клієнтоорієнтованість, ввічливість, терпіння, уважність, доброзичливість, ініціативність тощо. При контролі сервісного обслуговування

важливо розуміти та дотримуватися принципів «сервісного ланцюга» — «клієнтоорієнтованість співробітників — висока якість сервісу — рівень задоволення гостей — прибуток готелю».

Отже, для збереження стабільного становища та досягнення високої ефективності, готельному підприємству необхідно компетентно керувати своїми конкурентними можливостями, а також ретельно продумувати просування своїх послуг.

Наразі, інноваційні технології, що використовуються в індустрії гостинності, досягли високого рівня, який пояснюється тим, що електронна дистрибуція спільно з системами бронювання, організована в єдиний управлінський комплекс, дозволяє в онлайн-режимі керувати бронюваннями та сервісними послугами одразу кількома каналами. Разом з тим, слід зауважити на тому, що висока конкуренція в індустрії гостинності спонукає готельєрів до пошуку інноваційних технологій, які змогли б підвищити привабливість готелю та якість надаваних послуг, і загалом впливати на рівень сервісного обслуговування.

Завдання готельного підприємства — сформувати правильний сервісний готельний продукт для цільової аудиторії та грамотно його просунути на ринок й реалізувати у майбутньому. Тому, з метою правильного розуміння поведінки споживачів та їх ціннісних установок, необхідно проводити маркетингові дослідження потреб гостей, виявляти сервісні готельні продукти, які мають найбільший попит; створювати систему взаємовідносин із споживачами сервісних готельних послуг. Застосування інструментарію інтернет-маркетингу дає змогу підвищити поінформованість про готель та його послуги, залучити цільову аудиторію на офіційний сайт, збільшити продажі за рахунок синергетичного ефекту, оптимізувати рекламні витрати на залучення, підвищити рівень лояльності гостей тощо.

Наразі, якість готельних послуг оцінюється за допомогою інформаційних технологій. Туристи планують свої поїздки через різні туристичні сайти, туристичні портали та онлайн-системи бронювання під час подорожей. Одним із таких сайтів є Booking.com, провідна світова мережа готелів у готельній індустрії. Туристи можуть оцінити чистоту, комфорт, місце розташування, зручність, індивідуальність, якість та ціну готелю, а також критерії обслуговування Wi-Fi після онлайн-бронювання.

Також, одним із основних нововведень у готельному бізнесі є застосування інтернет-технологій, які дають змогу потенційному клієнту або персоналу готелю зайти у певну інтернет-мережу та

знайти всю необхідну інформацію не тему, що цікавить. Згідно проведеного нами дослідження, було встановлено, що на українському ринку індустрії гостинності найбільш затребуваними сервісними інформаційними продуктами є Opera Fidelі, CRM Travels, Ultra Demo Restaurant UA, Ultra Hotel Demo UA у яких добре реалізована система доступу та є можливість розширювати необхідний набір електронних інструментів управління в готельній діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В умовах сьогодення дедалі актуальнішою постає проблема пошуку можливостей розвитку нових напрямів бізнесу, орієнтованих на отримання нових джерел доходів. До таких напрямів можна віднести й готельну індустрію, яка є однією з прибуткових сфер економіки країни. Розглядаючи готель із погляду бізнесу, слід зазначити, що він є підприємством для виробництва та надання послуги, а саме сервісного (готельного) продукту. Завдання готелю — сформувати правильний сервісний продукт для цільової аудиторії та грамотно його реалізувати на ринку.

Інноваційні процеси є невід’ємною частиною сучасного готельного бізнесу. Адже саме за рахунок їх застосування можна домогтися стабільного розвитку готелю в умовах мінливого зовнішнього середовища. Конкуренція у готельній індустрії зростає регулярно, отже, навіть найбездоганніша репутація це ще не гарантія успіху. Але, на нашу думку, гарантувати успіх готелю можуть висококласні сервісні послуги. Тому, щоб готель залишався конкурентоспроможним, а його діяльність була високоефективною, менеджерам готельного бізнесу та готельєрам необхідно розробляти і впроваджувати нові сервісні технології з обслуговування клієнтів, враховуючи при цьому власний потенціал. Адже саме інновації можуть сприяти не лише високій продуктивності праці, а й високому рівню прибутку.

Отже, сучасні підприємства готельної індустрії повинні більше інвестувати в підвищення рівня сервісології, оскільки надання високоякісних сервісних послуг сприятиме повторному відвідуванню готелю та сформує стійку клієнтську базу споживачів готельних послуг.

Література

1. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 329 с.
2. Заміховська О.Л. Автоматизовані інформаційні системи в індустрії готельного бізнесу та туризму на Україні. Прикарпатський вісник НТШ. Число. 2012. № 1. С. 309–320.
3. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2017. Вип. 52. С. 39–41.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
5. Корж Н.В., Левицька І.В., Онищук Н.В. Готельна справа. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2015. 580 с.
6. Костинець В.В. Інструментарій цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування ресторанного бізнесу. Интернаука. Сер.: «Економічні науки». 2020. № 10 (42). С. 123–128.
7. Кучечук Л.В., Черниш К.О. Проблеми і перспективи розвитку готельного господарства у Харківському регіоні в умовах міжнародної інтеграції. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер.: «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2018. Вип. 7. С. 115–121.
8. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. К.: ЦУЛ, 2009. 344 с.
9. Михайлова О.П., Брінь П.В. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні. Вісник НТУ «ХП». Сер.: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2012. № 58(964). С. 101–106.
10. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
11. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. К.: Кондор, 2009. 408 с.
12. Jawabreh O.A., Masa'deh Ra'Ed, Mahmoud R.M., Hamasha S.A. Factors influencing the employees service performances in hospitality industry case study aqba five stars hotel. Geojournal of Tourism and Geosites. 2020. 29(2). P. 649–661.
13. Statistics, Visualizations and Patterns. International Sightseeing and Tours Association (ISTA). 59th Pr. Ed. 2022–2023. Vol. 5. URL: https://uia.org/yearbook?qt-yb_intl_orgs=1#qt-yb_intl_orgs

References

1. Bailyk S.I., Pysarevskiy I.M. Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva. Kharkiv: KhNUMH im. O.M. Beketova, 2015. 329 s.
2. Zamikhovska O.L. Avtomatyzovani informatsiini systemy v industrii hotelnoho biznesu ta turyzmu na Ukraini. Prykarpatskyi visnyk NTSh. Chyslo. 2012. № 1. S. 309–320.
3. Dominska O. Ia., Batkovets N.O. Suchasnyi stan ta innovatsiini protsesy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini. Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. 2017. Vyp. 52. S. 39–41.
4. Kyfiak V.F. Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini. Chernivtsi: Knyhy-KhKhI, 2003. 300 s.
5. Korzh N.V., Levytska I.V., Onyshchuk N.V. Hotelna sprava. K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Vinnytsia: PP «TD «Edelveis i K», 2015. 580 s.
6. Kostynets V.V. Instrumentarii tsyfrovoho marketynhu v suchasnykh umovakh funktsionuvannia restorannoho biznesu. Internauka. Ser.: «Ekonomichni nauky». 2020. № 10 (42). S. 123–128.
7. Kuchechuk L.V., Chernysh K.O. Problemy i perspektyvy rozvytku hotelnoho hospodarstva u Kharkivskomu rehioni v umovakh mizhnarodnoi intehtatsii. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Ser.: «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm». 2018. Vyp. 7. S. 115–121.
8. Nechaiuk L.I., Nechaiuk N.O. Hotelno-restoranni biznes: menedzhment. K.: TsUL, 2009. 344 s.
9. Mykhailova O.P., Brin P.V. Osnovni problemy hotelnoho biznesu v Ukraini. Visnyk NTU «KhPI». Ser.: Aktualni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpriemstva. 2012. № 58(964). S. 101–106.
10. Putsenteilo P.R. Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotelnoho pidpriemnytstva. K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 344 s.
11. Rohliev Kh.I. Osnovy hotelnoho menedzhmentu. K.: Kondor, 2009. 408 s.
12. Jawabreh O.A., Masadeh RaEd, Mahmoud R.M., Hamasha S.A. Factors influencing the employees service performances in hospitality industry case study aqba five stars hotel. Geojournal of Tourism and Geosites. 2020. 29(2). R. 649–661.
13. Statistics, Visualizations and Patterns. International Sightseeing and Tours Association (ISTA). 59th Pr. Ed. 2022–2023. Vol. 5. URL: https://uia.org/yearbook?qt-yb_intl_orgs=1#qt-yb_intl_orgs

Григораш Ольга Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університет митної справи та фінансів*

Hryhorash Olha

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance
University of Customs and Finance
ORCID: 0000-0002-8089-3755*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8490

МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ ТА ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КРАЇНАХ ОЕСР

FUNDING MODELS AND QUALITY OF HIGHER EDUCATION IN OECD COUNTRIES

Анотація. У статті проведено аналіз взаємозв'язку видатків на вищу освіту та якості вищої освіти з моделями фінансування вищої освіти в країнах ОЕСР та їх кластерного розподілу на основі описаних критеріїв. Охарактеризовано дві моделі фінансування вищої освіти: одна заснована на джерелі фінансування та можливості впливу закладів освіти на систему вищої освіти (запропонована В. Прапевиціене), інша заснована на джерелі фінансування та ступені державного регулювання (запропонована О. Кукліним). Проведено групування країн ОЕСР на основі критеріїв обсягу фінансування вищої освіти у розрахунку на одного студента та показником якості вищої освіти за рейтингом U21 із застосуванням IBM SPSS Statistics на основі методу кластеризації Уорда із використанням квадрату евклідової відстані, стандартизацію змінних здійснено на основі Z-оцінок. У результаті групування 23 країн сформовано 5 кластерів, причому перший кластер з найвищим рівнем видатків у розрахунку на одного студента та рівнем якості вищої освіти за рейтингом U21 представлено однією країною – США. Сформовано матрицю зв'язку моделей фінансування вищої освіти в країнах ОЕСР та їх кластерного розподілу на основі описаних критеріїв обсягу видатків та якості вищої освіти. На основі аналізу матриці виявлено, що у США за обома класифікаціями застосовується ринкова модель. У даному випадку це пояснюється високим рівнем соціально-економічного розвитку країни: завдяки високому рівню ВВП забезпечується можливість фінансування вищої освіти переважно за рахунок приватних джерел, а держава в цілому здійснює підтримку здобувачів, які не в змозі оплатити навчання. У країнах другого і третього кластеру переважно застосовують бюрократичну або антиринкову моделі. У країнах четвертого і п'ятого кластерів існує практика застосування різних моделей.

Ключові слова: вища освіта, моделі фінансування, якість, кластерний аналіз.

Summary. The analysis of the interrelationship of expenditures on higher education and the quality of higher education with higher education funding models in OECD countries and their cluster distribution, based on the described criteria, is done in the article. Two models of higher education funding are characterized: one is based on the source of financing and the possibility of influence of educational institutions on the system of higher education (proposed by V. Praneviciene), the other is based on the source of financing and the level of state regulation (proposed by O. Kuklin). The grouping of OECD countries was carried out based on the criteria of the amount of higher education funding per student and the quality indicator of higher education according to the U21 rating using IBM SPSS Statistics based on the Ward clustering method using the square of the Euclidean distance, the standardization of variables was carried out on the basis of Z-scores. As a result of the grouping of 23 countries, 5 clusters were formed, and the first cluster with the highest level of expenditure per student and the level of quality of higher education according to the U21 rating is represented by one country – the USA. A matrix of the relationship of higher education funding models in OECD countries and their cluster distribution based on the described criteria of the amount of expenditures and the quality of higher education was formed. Based on the analysis of the matrix, it was found that in the USA the market model is used for both

classifications. In this case, it may be explained by the high level of socio-economic development of the country: due to the high level of GDP, it is possible to finance higher education mainly at the expense of private sources, and the state as a whole provides support for students who are unable to pay for education. In the countries of the second and third clusters, bureaucratic or anti-market models are mainly used. In the countries of the fourth and fifth clusters, there is a practice of using different models.

Key words: higher education, funding models, quality, cluster analysis.

Освітня галузь є головним важелем формування людського капіталу, тому є пріоритетним напрямом розвитку кожної країни. Видатки на фінансування освіти, у тому числі, вищої освіти, присутні у бюджеті кожної держави. Разом з тим, розподіл фінансових ресурсів, передбачених для спрямування на розвиток вищої освіти, здійснюється відповідно до обраної урядом моделі. При цьому у всіх моделей є спільний базис. Ми поділяємо думку Т. Боголіб [1] про те, що саме ВВП є основним джерелом фінансування освіти, незалежно від того, з яких джерел (державних чи приватних) кошти надходять на рахунки закладів освіти, які є безпосередніми постачальниками освітніх послуг. Із цього випливає, що, з одного боку, без ефективно працюючої фіскальної функції держави або за умови прагнення населення і бізнесу до ухилення від сплати податків не може бути забезпечена достатність фінансових ресурсів для фінансування системи вищої освіти, з іншого боку, без ефективно працюючої системи заохочення приватного сектору до створення підґрунтя для фінансування або кредитування вищої освіти розвиток вищої освіти також унеможлиблюється.

П. Віллареал [2], посиляючись на Г. Вільямса [3], обґрунтовує неможливість існування ні державної монополії, ні необмеженої ринкової конкуренції в системі вищої освіти в будь-якій економіці, що й обумовлює необхідність використання і державних і приватних ресурсів для фінансування вищої освіти. Визначення оптимального співвідношення державних і приватних ресурсів та організація механізмів їх залучення і є основним завданням державної політики у сфері організації роботи вищої освіти.

У науковій літературі застосовується багато підходів до класифікації моделей фінансування вищої освіти, в основу яких покладаються різні елементи. Зокрема, Т. Павлова [4] в основу класифікації покладає роль закладів освіти. На думку автора, ЗВО можуть виступати як організації, які обслуговують інтереси суспільства і держави, тоді саме держава бере на себе левову частку видатків щодо їх утримання, або виступати як комерційні підприємства, які надають послуги окремим особам (здобувачам освіти), що покладає

видатки на студентів. Автор [4] наголошує, що в другий («ринковий») підхід набуває широкого розповсюдження, разом з тим не може виступати повною альтернативою першому («державному») та пропонує розглядати його як додатковий або допоміжний підхід.

Отже, виникає необхідність застосувати підхід до класифікації, поклавши в його основу значення освіти для здобувачів. Н. Ковалко [5] припускає, що оскільки професійна підготовка приносить випускникам певні вигоди, вони повинні брати участь у її фінансуванні. Дійсно, жодна країна не використовує «державний» або «ринковий» підхід у чистому вигляді, частково фінансуючи заклади освіти. Залежно від того, у якій мірі здійснюється державне фінансування вищої освіти, визначається обсяг плати за навчання для здобувачів освіти. Автор [5] зазначає, що у другій половині 90-х років європейські країни можна було розділити на три групи залежно від розміру плати за здобуття вищої освіти: безкоштовне навчання (Німеччина, Данія, Фінляндія, Норвегія, Греція, Великобританія, Швеція, Австрія), невисока плата (Франція), висока плата (Швейцарія, Бельгія, Іспанія, Італія, Нідерланди, Ірландія). Автор також наголошує на тенденціях до скорочення застосування моделі безкоштовного навчання в Австралії, Японії, США.

За рівнем взаємодії джерел фінансування та впливом закладів освіти на систему вищої освіти Praneviciene [6] розглядає бюрократичну, колегіальну та ринкову фінансові моделі. Автор [6] зазначає, що основним принципом Бюрократичної моделі фінансування вищої освіти є фінансування закладів вищої освіти за рахунок державних ресурсів з відповідним контролем держави усіх сфер діяльності ЗВО правовими та фінансовими засобами. Заклади освіти виконують державне замовлення на підготовку фахівців. Колегіальна модель передбачає можливість державних ЗВО залучати приватні ресурси у вигляді плати за навчання, виконання наукових досліджень, тощо, при цьому за ними залишається право розпоряджатися отриманими ресурсами. Остання третя модель Ринкова характеризується не лише можливістю альтернативних фінансових ресурсів, а й зобов'язанням кооперувати роботу всіх учасників

системи вищої освіти — надавачів академічних послуг (викладачів і науковців); користувачів послуг (здобувачів освіти та їх роботодавців); держави, яка представляє суспільні інтереси; та керівних органів закладів вищої освіти, які відповідають за ефективне, якісне функціонування закладів. В такому разі заклади освіти стають підзвітними усім інвесторам: державі, бізнесу, приватним структурам, здобувачам послуг і т.д.

Ще один підхід до організації фінансування вищої освіти пропонує О. Куклін [7], розглядаючи досвід застосування чотирьох моделей: модель, орієнтовану на вільний ринок із неоліберальною політикою фінансування (США, Японія, Нова Зеландія, Південна Корея, Австралія); антиринкову модель повного фінансування освіти (Німеччина, Швеція, Норвегія, Данія, Франція); модель, орієнтовану на суспільний ринок з концепцією так званого гуманного капіталізму й активної держави (Великобританія, Італія, Іспанія Канада); модель фінансування, орієнтована на соціальний ринок (широке залучення до фінансування недержавних організацій, фондів тощо).

Перша модель передбачає, що заклади освіти функціонують за рахунок залучення приватних ресурсів, система вищої освіти повністю регулюється ринковими механізмами а обсяг державного фінансування не перевищує 50%. Друга модель є протилежною до першої і передбачає високий рівень державного фінансування, яке розподіляється між закладами не на основі їх досягнень, а виходячи з можливостей бюджету. Третя модель уособлює поєднання першої і другої: використання і державних і приватних джерел фінансування зі зміщенням акценту з державних джерел на

приватні, відповідальність за надання якісних освітніх послуг розподіляється між здобувачем та надавачем освітніх послуг [8]. Графічно моделі, запропоновані О. Кукліним, представлені на рис. 1.

Не зважаючи на наявність ґрунтовних моделей фінансування вищої освіти, виникає необхідність аналізу моделей фінансування вищої освіти та їх зв'язку з якістю системи вищої освіти.

Метою даної статті є аналіз зв'язку моделей фінансування вищої освіти в країнах ОЕСР з обсягом видатків на вищу освіту у розрахунку на одного студента та рівнем якості вищої освіти у рейтингу U21

Розглянемо описані моделі фінансування вищої освіти через призму обсягу видатків та якості вищої освіти. Для цього згрупуємо країни ОЕСР за обсягом видатків на 1 студента та показники рейтингу якості вищої освіти U21 із використанням IBM SPSS Statistics. За результатами класифікації визначено 5 кластерів, які групують країни за рівнем соціально-економічного розвитку та якістю вищої освіти (табл. 1).

На основі описаних моделей та інформації про їх використання у країнах ОЕСР, а також розподілу країн на кластери за обсягом видатків на вищу освіту та рівнем її якості, формуємо матрицю зв'язку моделей фінансування вищої освіти в країнах ОЕСР та їх кластерного розподілу (табл. 2).

Дані в табл. 2 показують, що найвищий рівень фінансування вищої освіти у розрахунку на одного студента та найвищий рівень якості спостерігається у країнах 1 кластеру (США). Вони застосовують ринкову модель (за класифікацією Praneviciene) та модель вільного ринку (за Кукліним). Другий кластер з високими видатками на

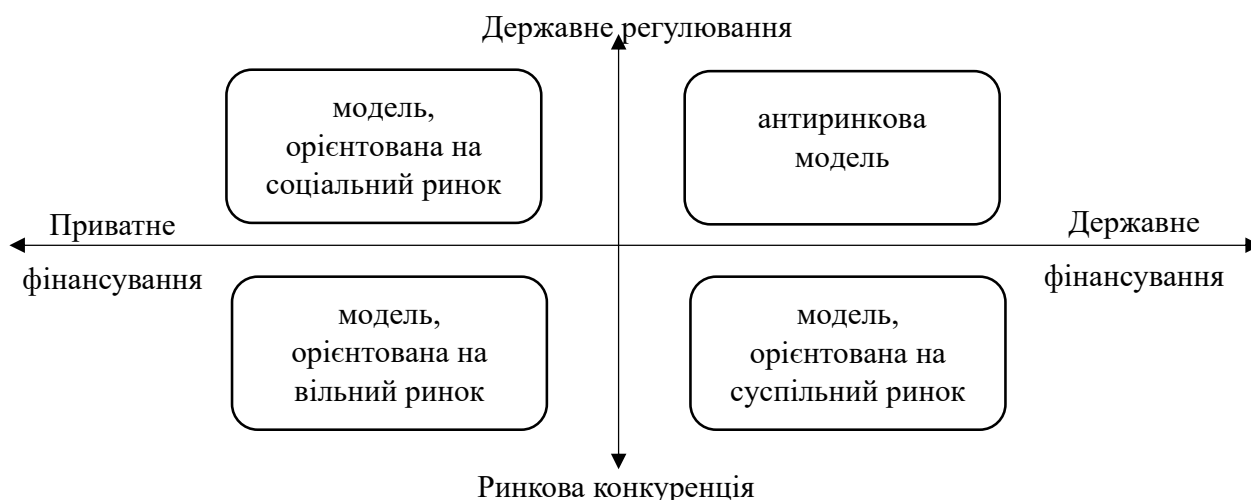


Рис. 1. Моделі фінансового забезпечення вищої освіти

Джерело: розроблено автором на основі [7]

Таблиця 1

Групування країн за обсягом видатків на вищу освіту у розрахунку на одного студента та рівнем якості вищої освіти у рейтингу U21

Кластер	Країна	Мінімум		Максимум		Середнє	
		Видатки	U21	Видатки	U21	Видатки	U21
1	США	35 347	100,0	35 347	100,0	35 347	100,0
2	Норвегія, Швеція, Об'єднане Королівство	25 019	77,8	29 688	84,5	26 918	81,7
3	Австралія, Австрія, Канада, Данія, Фінляндія, Нідерланди	18 129	77,2	22 335	82,5	20 828	80,5
4	Франція, Німеччина, Ірландія, Ізраїль, Японія, Нова Зеландія	12 683	61,7	19 608	71,5	17 595	67,1
5	Чилі, Греція, Італія, Корея, Португалія, Словенія, Іспанія	4 192	47,0	15 267	57,4	11 324	53,8

Джерело: розраховано автором за даними [9; 10] із використанням IBM SPSS Statistics

Таблиця 2

Матриця зв'язку моделей фінансування вищої освіти в країнах ОЕСР та їх кластерного розподілу

Країна	Кластер	Бюрократична	Колегіальна	Ринкова	Вільний ринок	Антиринкова	Сусп. ринок
США	1			+	+		
Норвегія	2	+				+	
Швеція		+				+	
Об'єднане Королівство				+			+
Австралія	3			+	+		
Австрія		+				+	
Канада			+				+
Данія		+				+	
Фінляндія		+				+	
Нідерланди			+				
Франція	4	+				+	
Німеччина		+				+	
Ірландія			+				
Ізраїль			+				
Японія				+	+		
Нова Зеландія			+		+		
Чилі	5			+			
Греція		+					
Італія			+				+
Корея				+	+		
Португалія			+				
Словенія			+				
Іспанія							+

Джерело: розраховано автором

одного студента (25,0–29,6 тис. дол.) та високим рівнем якості представлений трьома країнами, дві з яких застосовують Бюрократичну модель та Антиринкову згідно з описаними класифікаціями. До застосування таких моделей тяжіють і країни, віднесені до третього кластеру. У четвертому

і п'ятому кластерах спостерігається зміщення переважаючої кількості країн у сторону приватного фінансування — Колегіальної та Ринкової моделей.

Таким чином, аналіз показав, що у країнах, згрупованих за показниками обсягу видатків та

якості вищої освіти в цілому співпадають дві моделі фінансування вищої освіти, одна з яких заснована на джерелі фінансування та впливі закладів освіти на систему вищої освіти, інша — на джерелі фінансування та ступені державного регулювання, демонструють однакові результати.

Література

1. Боголіб Т. М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в Україні. Автореферат. д. е. н. К., 2006. 38 с.
2. Villarreal P., Ruby A. Government Models for Financing Higher Education in a Global Context: Lessons from the US and UK. Philadelphia, PA: Alliance for Higher Education and Democracy (Penn AHEAD), University of Pennsylvania Graduate School of Education. 2018.
3. Williams G. Higher education: Public good or private commodity. London Review of Education. 2016. 14(1). P. 131–142.
4. Павлова Т. В. Досвід фінансування системи освіти у зарубіжних країнах. Вісник соціально-економічних досліджень. 2012. № 40. С. 373–380.
5. Ковалко Н. Моделі фінансування освіти: яка є дійсно нашою? Obozrevatel. 2018. URL: <https://news.obozrevatel.com/society/modeli-finansuvannya-osviti-yaka-e-dijsno-nashoyu.htm>
6. Pranevičienė Birutė, Pūraitė Aurelija. The Financing Methods of Higher Education System. Jurisprudence. 2010. № 8. P. 335–356.
7. Куклін О. В. Фінансові механізми функціонування вищої освіти. Формування ринкової економіки. 2010. № 24. С. 373–381. URL: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/420/1/Kuklin.pdf>.
8. Ящук Т. А. Механізм фінансування закладів вищої освіти в умовах нестабільності ринку освітніх послуг. Дисертація. к. е. н. К., 2019. 315 с.
9. OECD. Education at a Glance 2019: OECD Indicators. Paris: OECD Publishing. 2019. doi: <https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>
10. U21. U21 Ranking of National Higher Education Systems. 2019. URL: <https://universitas21.com/rankings>

References

1. Boholib T. M. Finansove zabezpechennia rozvytku vyshchoi osvity i nauky v Ukraini. Avtoreferat. d. e. n. K., 2006. 38 s.
2. Villarreal P., Ruby A. Government Models for Financing Higher Education in a Global Context: Lessons from the US and UK. Philadelphia, PA: Alliance for Higher Education and Democracy (Penn AHEAD), University of Pennsylvania Graduate School of Education. 2018.
3. Williams G. Higher education: Public good or private commodity. London Review of Education. 2016. 14(1). P. 131–142.
4. Pavlova T. V. Dosvid finansuvannia systemy osvity u zarubizhnykh krainakh. Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. 2012. № 40. S. 373–380.
5. Kovalko N. Modeli finansuvannia osvity: yaka ye diisno nashoiu? Obozrevatel. 2018. URL: <https://news.obozrevatel.com/society/modeli-finansuvannya-osviti-yaka-e-dijsno-nashoyu.htm>
6. Pranevičienė Birutė, Pūraitė Aurelija. The Financing Methods of Higher Education System. Jurisprudence. 2010. № 8. P. 335–356.
7. Kuklin O. V. Finansovi mekhanizmy funktsionuvannia vyshchoi osvity. Formuvannia rynkovoï ekonomiky. 2010. № 24. S. 373–381. URL: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/420/1/Kuklin.pdf>.
8. Iashchuk T. A. Mekhanizm finansuvannia zakladiv vyshchoi osvity v umovakh nestabilnosti rynku osvitnikh posluh. Dysertatsiia. k. e. n. K., 2019. 315 s.
9. OECD. Education at a Glance 2019: OECD Indicators. Paris: OECD Publishing. 2019. doi: <https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>
10. U21. U21 Ranking of National Higher Education Systems. 2019. URL: <https://universitas21.com/rankings>

УДК 332.834.1+330.131.7

Смельянов Олександр Юрійович

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Yemelyanov Olexandr

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0002-1743-1646

Баланська Олена Ігорівна

*кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Balanska Olena

*PhD, Assistant of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0003-4849-0080

Жигало Оксана Юріївна

*кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Zhyhalo Oksana

*PhD, Assistant of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0002-8874-3276

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8470

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ІНВЕСТУВАННЯ У ЖИТЛОВЕ БУДІВНИЦТВО

THEORETICAL PRINCIPLES OF RISK ASSESSMENT OF INVESTMENT IN HOUSING CONSTRUCTION

Анотація. Метою цього дослідження є розроблення теоретичних засад оцінювання рівня ризиків інвестування у спорудження житла. Необхідність такого оцінювання зумовлена тим, що процес житлового будівництва характеризується доволі значним рівнем інвестиційних ризиків. Ці ризики у тій чи іншій мірі несе більшість учасників зазначеного процесу, зокрема інвестори та забудовники. Тому важливе значення мають розроблення та реалізація дієвих механізмів зниження ризиків інвестування у житлове будівництво. Водночас, створенню цих механізмів повинно передувати детальне оцінювання наявного рівня інвестиційних ризиків у сфері будівництва житла. У цій роботі зазначається, що вимірювання ризиків суб'єктів інвестування в спорудження житла потребує попереднього формування достатньо широкого масиву потрібних для цього відомостей. Запропоновано три групи головних індикаторів, за допомогою яких можливо вимірити наявний ризик інвестування в житлове будівництво, а саме: 1) індикатори частоти настання відповідних ризикових подій; 2) питомі індикатори масштабності такого настання 3) відносні індикатори масштабності ризикових подій, які трапляються під час перебігу інвестиційного процесу в житловому будівництві. Своєю чергою, виділено такі три основні ризикові події: непередбачуване зростання вартості будівництва; погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із

попередньо визначеним рівнем цих властивостей; затримка з введенням в експлуатацію житлових приміщень. Сформовано вибірку будівельних організацій західного регіону України. При цьому загалом було відібрано 60 таких підприємств, що займаються житловим будівництвом. Було з'ясовано, що за досліджуваною вибіркою підприємств-забудовників найбільш розповсюдженою ризиковою подією було несвоєчасне введення житла в експлуатацію. Впродовж звітного року ця подія відбулася у 56 з 60 забудовників, які розглядалися, при цьому у 38 з них від 30% до 40% квадратних метрів житлових будівель було здано із запізненням. Застосування запропонованої системи показників оцінювання ризиків інвестування у житлове будівництво надасть можливість виявити резерви зниження рівня цих ризиків.

Ключові слова: процес житлового будівництва, інвестування, ризик, показник ризику, ризикова подія.

Summary. The purpose of this study is to develop the theoretical basis for assessing the level of risks of investing in housing construction. The need for such an assessment is due to the fact that the process of housing construction is characterized by a fairly significant level of investment risks. These risks, to one degree or another, are borne by most of the participants in the mentioned process, in particular, investors and developers. Therefore, it is important to develop and implement effective mechanisms for reducing the risks of investing in residential construction. At the same time, the creation of these mechanisms should be preceded by a detailed assessment of the existing level of investment risks in the field of housing construction. In this work, it is noted that measuring the risks of subjects investing in the construction of housing requires the preliminary formation of a sufficiently wide array of information necessary for this. Three groups of main indicators are proposed, with the help of which it is possible to measure the existing risk of investing in residential construction, namely: 1) indicators of the frequency of occurrence of relevant risk events; 2) specific indicators of the magnitude of such an occurrence 3) relative indicators of the magnitude of risk events that occur during the course of the investment process in housing construction. In turn, the following three main risk events are highlighted: an unpredictable increase in the cost of construction; deterioration of the consumer properties of residential premises compared to the previously determined level of these properties; delay in commissioning residential premises. A sample of construction organizations of the western region of Ukraine was formed. At the same time, a total of 60 such enterprises engaged in residential construction were selected. It was found out that according to the sample of construction companies under investigation, the most common risk event was untimely commissioning of housing. During the reporting year, this event took place in 56 out of 60 developers under consideration, while in 38 of them between 30% and 40% of the square meters of residential buildings were handed over late. The application of the proposed system of indicators for assessing the risks of investing in residential construction will provide an opportunity to identify reserves for reducing the level of these risks.

Key words: housing construction process, investment, risk, risk indicator, risk event.

Постановка проблеми. На теперішній час, коли внаслідок військових дій значна частина житлового фонду України є зруйнованою або пошкодженою, житлове будівництво стає одним з найбільш пріоритетних напрямів вкладення інвестицій. Водночас, і до початку широкомасштабних військових дій рівень забезпеченості населення України комфортабельними житловими приміщеннями був досить низьким. Проте, не дивлячись на потребу у розширенні масштабів житлового будівництва в Україні, існує низка чинників, які негативно впливають на динаміку обсягів спорудження житла. Поряд із нестачею необхідних обсягів інвестиційних ресурсів до таких чинників варто віднести підвищений ризик інвестування у житлове будівництво, який є характерним для діяльності більшості учасників такого будівництва. Тому зниження цього ризику відіграватиме важливу роль в активізації процесу спорудження житла в Україні. Водночас, управління ризиком інвестування у житлове будівництво потребує попереднього оцінювання рівня такого ризику.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питанню управління інвестиційною діяльністю, зокрема і з врахуванням чинника ризику, присвячено значну кількість наукових праць. Зокрема, значних успіхів у вирішенні цього питання досягли такі вчені, як В.В. Вітюк [10], В.А. Гришко [1], І.З. Крет [2], В.В. Козик [3], В.О. Кунцевич [4], Л.А. Некрасова [5], Г.В. Ортіна [6], О.Л. Політанська [7], Л.І. Редько А.В. [8], І.М. Сотник [9], А.В. Хрістова [5], В.М. Шарманська [10] та ін. Цими науковцями запропоновано підходи до обґрунтування доцільності та оцінювання ефективності інвестиційної діяльності, розроблено індикатори та методи аналізування інвестиційного потенціалу виробничо-господарських структур, обґрунтовано пропозиції з підвищення рівня інвестиційно-інноваційної активності. Окрему увагу низка науковців приділила встановленню ролі інвестицій у забезпеченні економічного розвитку підприємств та регіонів [11; 12]. Однак питання створення дієвих механізмів житлового будівництва на теперішній час не є вирішеним. Значною

мірою, це зумовлено тим, що не сформованими остаточно залишаються теоретичні засади оцінювання ризиків інвестування у житлове будівництво.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розроблення теоретичних засад оцінювання рівня ризиків інвестування у спорудження житла. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань: виділити основні блоки інформації, необхідної для оцінювання рівня ризиків інвестування у спорудження житла; побудувати систему індикаторів такого оцінювання; здійснити апробацію цієї системи для вибірки будівельних компаній.

Виклад основного матеріалу. Оцінювання ризиків інвестування в житлове будівництво потребує попереднього формування широкого масиву потрібної для цього інформації. Виконане дослідження показало доцільність виділення таких основних блоків цієї інформації:

- 1) відомості про наявне нормативно-правове забезпечення провадження житлового будівництва в Україні (зокрема, про існуючі положення різних законів та інших нормативно-правових актів, які регулюють процеси такого провадження в Україні);
- 2) відомості про потенційних забудовників, посередників та інших суб'єктів інвестування у житлове будівництво (зокрема, стосовно частоти та масштабності настання у їх діяльності ризикових подій);
- 3) відомості про потенційні об'єкти житлового інвестування (їх попередню кошторисну вартість, споживчі характеристики, терміни будівництва тощо);
- 4) відомості про умови та порядок укладання договорів між суб'єктами інвестування у житлове будівництво.

Зокрема, щодо відомостей про частоту та масштабність настання ризикових подій у діяльності суб'єктів інвестування в житлове будівництво, то варто виділити такі групи індикаторів оцінювання відповідних характеристик ризикованості цього інвестування:

- 1) індикатори фактичної частоти настання ризикових подій у діяльності суб'єктів інвестування у попередньому періоді (періодах). Для обчислення цих показників слід обрати базу, за якою буде обраховуватися така частота. Зокрема, для забудовника такою базою може виступати загальна кількість квадратних метрів спорудженого житла, а для інвесторів та посередників — загальна кількість квадратних метрів придбаного ними житла у попередньому періоді (періодах);

- 2) питомі індикатори масштабності настання ризикових подій у діяльності суб'єктів інвестування у попередньому періоді (періодах). Для обчислення цих показників необхідно обрахувати середню величину збитків, понесених суб'єктами інвестування, у розрахунку на одиницю обраної бази (зокрема, питомі індикатори можуть бути вимірюваними у грошових одиницях у розрахунку на один метр квадратний площі введеного в експлуатацію житла). При цьому ці індикатори можуть обчислюватися як у розрахунку на увесь обсяг бази, так і в розрахунку на частину цієї бази, щодо якої трапилися ризикові події;
- 3) відносні індикатори масштабності настання ризикових подій у діяльності суб'єктів інвестування у попередньому періоді (періодах). Для обчислення цих показників необхідно зіставити величину збитків, понесених суб'єктами інвестування, з певними вартісними характеристиками введених в експлуатацію житлових приміщень, зокрема з їх кошторисною вартістю. Як і у випадку питомих індикаторів, відносні індикатори можуть обчислюватися як у розрахунку на усю кошторисну вартість введених житлових об'єктів, так і в розрахунку на частину цієї вартості, що відповідає базі, стосовно якої трапилися ризикові події.

Своєю чергою, доцільно виділити такі три основні ризикові події: непередбачуване зростання вартості будівництва; погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем цих властивостей; затримка з введенням в експлуатацію житлових приміщень. Якщо розглядати втрати від настання цих ризикових подій з точки зору інвесторів (у разі, якщо відсутні спеціальні механізми відшкодування цих втрат, закладені у текст угод між суб'єктами інвестування у житлове будівництво), то величина цих втрат визначається таким чином:

- 1) у разі непередбачуваного зростання вартості будівництва обсяг збитків визначається величиною такого зростання;
- 2) у разі погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем цих властивостей обсяг збитків визначається величиною зменшення ринкової вартості житла порівняно із випадком, коли б такого погіршення споживчих властивостей житла не відбулося (або додатковими видатками інвестора на усунення наслідків такого погіршення);
- 3) у разі затримки з введенням в експлуатацію житлових приміщень обсяг збитків інвестора

може оцінюватися величиною орендної платні, яку б він отримав, здавши житлове приміщення в оренду на термін цієї затримки.

Таким чином, оцінювання та управління ризиками інвестування у житлове будівництво потребує наявності в інвестора та інших учасників інвестиційного процесу широкого масиву інформації, що характеризують різні властивості як проекту спорудження житлового об'єкта, так і самих суб'єктів розроблення та реалізації цього проекту, зокрема, фірм-забудовників.

З урахуванням викладеного вище, можливо запропонувати систему показників оцінювання ризикованості інвестування у житлове будівництво, яка містить індикатори, що дають змогу оцінити міру та економічні наслідки настання кожної з основних ризикових подій у інвесторів, забудовників та посередників (рис. 1).

На практиці у разі прямих взаємовідносин між інвестором та забудовником основну частину ри-

зиків інвестування (особливо ризик несвоєчасного введення житлового об'єкта в експлуатацію) бере на себе інвестор. У зв'язку з цим, найбільший інтерес у цьому випадку становлять індикатори фактичної частоти настання ризикових подій у забудовників та індикатори масштабності настання цих подій в інвесторів, які мали справу з тими чи іншими забудовниками. Щоб здійснити оцінку зазначених індикаторів за вибіркою забудовників, у роботі було сформовано таку вибірку серед підприємств західного регіону України; при цьому загалом було відібрано 60 підприємств, що займаються житловим будівництвом. Результати оцінювання індикаторів ретроспективної ризикованості інвестування у житлове будівництво за даними вибірки підприємств-збудовників представлено у табл. 1.

Як впливає з даних, представлених у табл. 1, за досліджуваною вибіркою підприємств-збудовників найбільш розповсюдженою ризиковою подією було

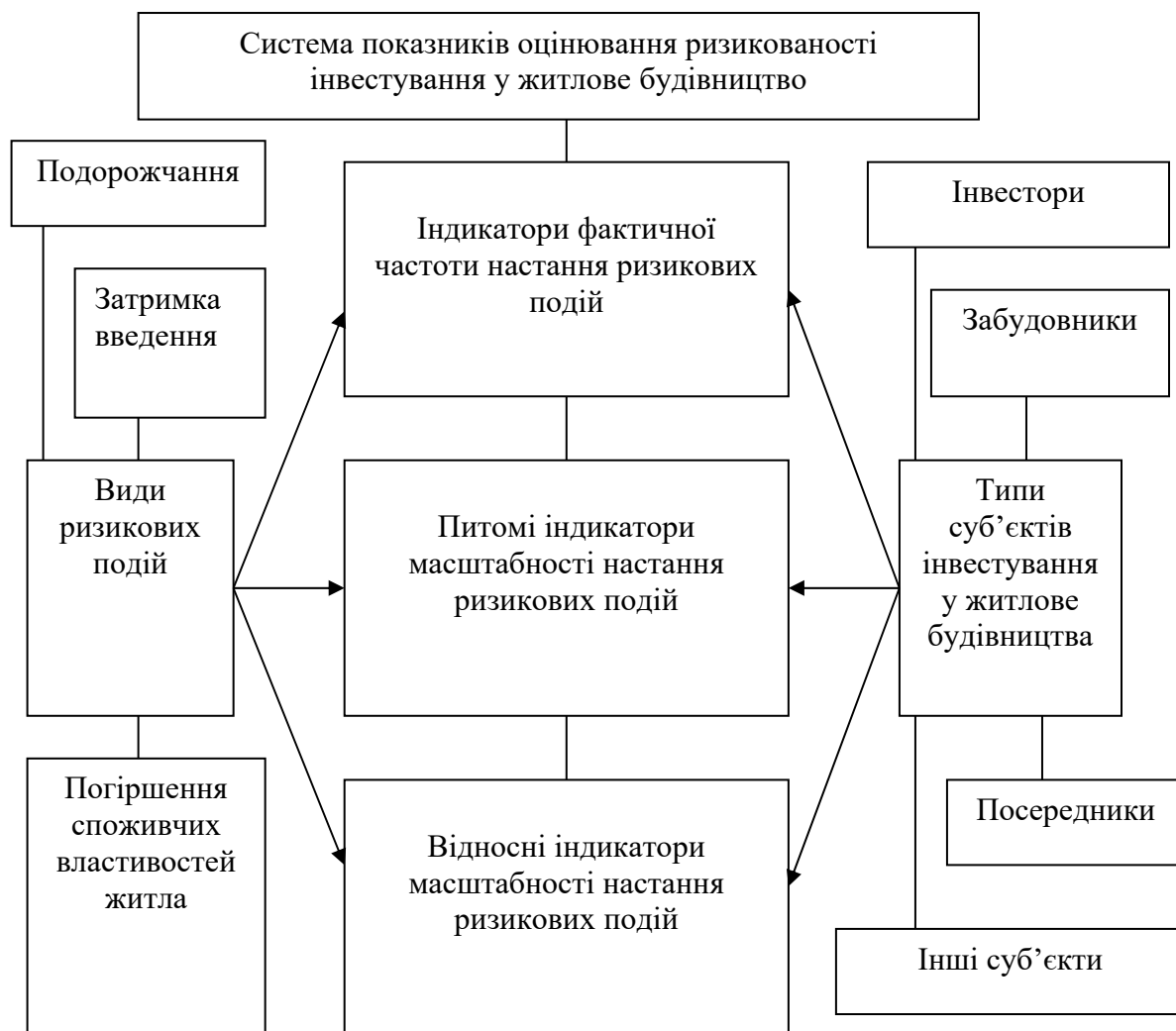


Рис. 1. Система показників оцінювання ризикованості інвестування у житлове будівництво

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 1

Результати оцінювання індикаторів ризикованості інвестування у житлове будівництво
за даними вибірки підприємств-забудовників

Назви ризикових подій	Базові значення індикаторів	Кількість забудовників, для яких значення індикаторів у 2020 році складали відповідну частку від базової величини цих індикаторів, одиниць				
		0,00	0,00–0,10	0,10–0,20	0,20–0,30	0,30–0,40
1. Індикатори фактичної частоти настання ризикових подій у діяльності забудовників, частки від загальної кількості метрів житлової площі, введеної в експлуатацію у 2020 році						
1.1. Непередбачуване зростання вартості будівництва	1,00	40	4	6	3	7
1.2. Погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем	1,00	54	1	3	2	0
1.3. Несвоєчасне введення житла в експлуатацію	1,00	4	5	4	5	38
2. Питомі індикатори масштабності настання ризикових подій у діяльності інвесторів, що мали відносини з відповідними забудовниками, грн./м²						
2.1. Непередбачуване зростання вартості будівництва	1000,0	40	14	4	2	0
2.2. Погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем	1000,0	54	5	1	0	0
2.3. Несвоєчасне введення житла в експлуатацію	1000,0	8	31	17	4	0
3. Питомі індикатори масштабності настання ризикових подій у діяльності інвесторів, які мали відносини з відповідними забудовниками, частки одиниці від початкової кошторисної вартості будівництва						
3.1. Непередбачуване зростання вартості будівництва	1,00	40	15	3	2	0
3.2. Погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем	1,00	54	4	2	0	0
3.3. Несвоєчасне введення житла в експлуатацію	1,00	8	29	19	4	0

Джерело: розраховано авторами

несвоєчасне введення житла в експлуатацію. Зокрема, ця подія впродовж звітнього року відбулася у 56 з 60 забудовників, які розглядалися, при цьому у 38 з них від 30% до 40% квадратних метрів житлових будівель було здано із запізненням. Щодо двох інших ризикових подій, то вони траплялися значно рідше, особливо це стосується погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем цих властивостей. Якщо ж оцінювати рівень масштабності настання ризикових подій у діяльності інвесторів, які мали відносини з відповідними забудовниками, то ризикова подія «несвоєчасне введення житла в експлуатацію» була найбільш масштабною, що, насамперед, пов'язано із її високою частістю.

Враховуючи викладене, з'являється можливість доповнити представлену вище систему показників оцінювання ризикованості інвесту-

вання у житлове будівництво узагальнюючими індикаторами такого оцінювання. В якості цих індикаторів можуть виступати такі: 1) загальна за усіма ризиковими подіями фактична частота настання ризикових подій у діяльності забудовника, що вимірюється часткою загальної кількості метрів житлової площі, введеної в експлуатацію у звітньому періоді (періодах), щодо яких трапилася хоча б одна ризикова подія; 2) загальна за усіма ризиковими подіями питома масштабність настання ризикових подій у діяльності інвесторів, які мали відносини з відповідним забудовником, що обчислюється як відношення величини збитків інвесторів, отриманих від настання усіх можливих ризикових подій до загальної кількості метрів житлової площі, введеної в експлуатацію у звітньому періоді (періодах), щодо яких трапилася хоча б одна ризикова подія; 3) загальна за усіма ризиковими подіями відносна масштабність

настання ризикових подій у діяльності інвесторів, які мали відносини з відповідним забудовником, що обчислюється як відношення величини збитків інвесторів, отриманих від настання усіх можливих ризикових подій до початкової кошторисної вартості загальної кількості метрів житлової площі, введеної в експлуатацію у звітному періоді (періодах), щодо яких трапилася хоча б одна ризикова подія. При цьому перелічені три узагальнюючі показники оцінювання ризикованості інвестування у житлове будівництво можуть бути використано у процесі оцінювання привабливості забудовників для потенційних інвесторів.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Доцільно виділити три групи основних індикаторів, за допомогою яких можливо вимірити наявний ризик інвестування в житлове будівництво, а саме: 1) індикатори частоти настання відповідних ризикових подій; 2) питомі індикатори масштабності такого настання 3) відносні індикатори масштабності ризикових подій, які трапляються під час перебігу інвестиційного процесу в житловому будівництві. Своєю чергою, варто виокреми-

ти такі три основні ризикові події: непередбачуване зростання вартості будівництва; погіршення споживчих властивостей житлових приміщень порівняно із попередньо визначеним рівнем цих властивостей; затримка з введенням в експлуатацію житлових приміщень. Крім того, сформовану систему індикаторів оцінювання ризиків інвестування у житлове будівництво необхідно доповнити низкою узагальнюючих показників. Зокрема, одним з таких показників може виступати загальна за усіма ризиковими подіями фактична частота настання ризикових подій у діяльності забудовника, що вимірюється часткою загальної кількості метрів житлової площі, введеної в експлуатацію у звітному періоді (періодах), щодо яких трапилася хоча б одна ризикова подія. Застосування запропонованої системи показників оцінювання ризиків інвестування у житлове будівництво надасть можливість виявити резерви зниження рівня цих ризиків. Подальші дослідження потребують розроблення методу встановлення впливу головних чинників на рівень ризику інвестування в спорудження житла.

Література

1. Гришко В.А. Показники та методи оцінювання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств // Схід. Аналітично-інформаційний журнал. 2010. № 7(107). С. 18–21.
2. Смельянов О.Ю., Петрушка Т.О., Крет І.З. Методичні засади оцінювання економічної ефективності впровадження ресурсозберігаючих технологій на промислових підприємствах // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2013. № 754. С. 18–25.
3. Козик В.В., Смельянов О.Ю., Петрушка Т.О. Інвестиційно-інноваційний механізм забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств // Проблеми економіки. 2014. № 1. С. 52–58.
4. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки // Актуальні проблеми економіки. 2004. № 7(37). С. 123–130.
5. Некрасова Л.А., Хрїстова А.В. Формування ресурсозберігаючої моделі розвитку підприємства // Економіка: реалії часу. 2017. № 2 (30). С. 79–84.
6. Ортїна Г.В. Модернізація та інноваційність як напрями антикризового розвитку підприємств реального сектора економіки // Економіка та держава. 2016. № 2. С. 29–32.
7. Полїтанська О.Л. Вплив технологїчності інноваційної продукції машино- та приладобудування на економічну ефективність її виробництва // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 3 (69). С. 105–113.
8. Редько Л.І. Використання фінансових ресурсів як джерел фінансування інноваційної діяльності та проблема їх застосування // Держава і регіони, 2007. № 2. С. 214–217.
9. Сотник І.М. Економічне стимулювання ресурсозбереження у контексті сталого розвитку України // Економіст. 2010. (12). С. 72–75.
10. Шарманська В.М., Вітюк В.В. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами та ефективності їх використання. Молодий вчений // 2018. № 1(53). С. 550–552.
11. Yemelyanov O., Kurylo O., Petrushka T. (2018). Methodological principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // Scientific Bulletin of Polissia. 2018. № 2 (14). P. 141–149.
12. Yemelyanov O., Symak A., Zarytska O. Modelling the process of forming the potential of economic development of an industrial enterprise // Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie. 2016. № 3. P. 128–137.

References

1. Ghryshko V.A. Pokaznyky ta metody ocynjuvannja innovacijnogho potencialu mashynobudivnykh pidpryjemstv // Skhid. Analitychno-informacijnyj zhurnal. 2010. № 7(107). S. 18–21.
2. Yemelianov O.Y., Petrushka T.O., Kret I.Z. Metodychni zasady osiniuvannia ekonomichnoi efektyvnosti vprovadzhennia resursozberighajuchykh tekhnologhii na promyslovykh pidpryiemstvakh // Visnyk Nacionalnogho universytetu «Ljvivska politehnika». Serija «Problemy ekonomiky ta upravlinnia». 2013. № 754. S. 18–25.
3. Kozyk V.V., Jemeljanov O. Ju., Petrushka T.O. Investycijno-innovacijnyj mekhanizm zabezpechennja konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpryjemstv // Problemy ekonomiky. 2014. № 1. S. 52–58.
4. Kuntsevych V.O. Poniattia finansovoho potentsialu rozvytku pidpryiemstva ta yoho otsinky // Aktualni problemy ekonomiky. 2004. № 7(37). S. 123–130.
5. Nekrasova L.A., Khristova A.V. Formuvannja resursozberighajuchoji modeli rozvytku pidpryiemstva // Ekonomika: realiji chasu. 2017. № 2 (30). S. 79–84.
6. Ortina Gh.V. Modernizacija ta innovacijnistj jak naprjamy antykryzovogho rozvytku pidpryjemstv realjnogho sektora ekonomiky // Ekonomika ta derzhava. 2016. № 2. S. 29–32.
7. Politanska O.L. Vplyv tekhnolohichnosti innovatsiinoi produktsii mashyno- ta pryladobuduvannia na ekonomichnu efektyvnist yii vyrobnytstva // Aktualni problemy ekonomiky. 2009. № 3 (69). S. 105–113.
8. Redjko L.I. Vykorystannja finansovykh resursiv jak dzherel finansuvannja innovacijnoji dijalnosti ta problema jikh zastosuvannja // Derzhava i rehiony. 2007. № 2. S. 214–217.
9. Sotnyk I.M. Ekonomichne stymuljuvannja resursozberezhennja u konteksti stalogho rozvytku Ukrainy // Ekonomist. 2010. № 12. S. 72–75.
10. Sharmansjka V.M., Vitjuk V.V. Analiz zabezpechenosti pidpryiemstva osnovnymy zasobamy ta efektyvnosti jikh vykorystannja // Molodyj vchenyj. 2018. № 1(53). S. 550–552.
11. Yemelyanov O., Kurylo O., Petrushka T. Methodological principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // Scientific Bulletin of Polissia. 2018. № 2 (14). P. 141–149.
12. Yemelyanov O., Symak A., Zarytska O. Modelling the process of forming the potential of economic development of an industrial enterprise // Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie. 2016. № 3. P. 128–137.

Петрішина Тетяна Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри управління бізнесом
Інститут управління та бізнес освіти
Державний університет економіки і технологій*

Petrishyna Tetiana

*PhD, Assistant Professor,
Head of the Department of Business Management
Institute of Management and Business Education
State University of Economics and Technology
ORCID: 0000-0002-7772-5793*

Немировська Оксана Вікторівна

*кандидат економічних наук, докторант,
доцент кафедри кібернетики та прикладної математики
Факультету фінансів та цифрових технологій
Державний податковий університет*

Nemyrovska Oksana

*PhD, Doctoral Student, Associate Professor of the
Department of Cybernetics and Applied Mathematics
Faculty of Finance and Digital Technologies
State Tax University
ORCID: 0000-0003-1955-6132*

Лошенко Оксана Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

Losheniuk Oksana

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Marketing, Digital Economics and Entrepreneurship
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of
State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0002-1678-4044*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8488

**МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

**MARKETING COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS
OF DIGITALIZATION: CURRENT TRENDS IN THE USE
OF SOCIAL NETWORKS**

Анотація. Сучасні умови господарювання спонукають учасників ринку до розширення практики ведення бізнесу у цифровому просторі, що вимагає пошуку ефективних digital-інструментів маркетингових комунікацій. Під впливом глобального цифрового розвитку основи реалізації комунікаційної політики зазнають вагомих трансформацій. Авторами встановлено, що значення соціальних мереж як платформи для підтримки безперервного зв'язку учасників ринку в умовах цифровізації, а також інструментів забезпечення маркетингової комунікації продовжує стабільно зростати. Вже сьогодні кожен суб'єкт комерційних відносин отримує необмежені можливості щодо пошуку, продажу, купівлі товарів чи реалізації інших операцій із використанням соціальних мереж. Саме тому соціальні мережі варто вважати частиною маркетингової комунікаційної політики суб'єкта підприємництва, який прагне не лише зберегти рівень власної рентабельності, а й успішно конкурувати в умовах цифрових перетворень.

Метою наукової статті є дослідження основ маркетингових комунікацій в умовах глобальних digital-трансформацій, зокрема особливостей і практики використання соціальних мереж у межах маркетингової комунікаційної стратегії. Дослідження здійснювалось із застосуванням методів порівняння, абстракції, аналізу та узагальнення.

З'ясовано сутність маркетингових комунікацій в умовах цифровізації, розвитку digital-інструментів та технологій, розглянуто особливості сучасної маркетингової політики підприємств, тенденції застосування соціальних мереж суб'єктами що господарюють, як платформи для взаємодії зі споживачем чи з метою впливу на його вибір. Окреслено основні тенденції проникнення соціальних мереж у суспільне життя, визначено перспективи цифровізації маркетингових комунікацій суб'єктів що господарюють в умовах збереження динаміки розвитку ринку соціальних мереж.

Ключові слова: глобальна цифровізація, соціальні мережі, digital-маркетинг, маркетингова комунікаційна політика, маркетингові комунікації.

Summary. Modern business conditions encourage market participants to expand the practice of conducting business in the digital space, which requires the search for effective digital tools of marketing communications. Under the influence of global digital development, the foundations of communication policy implementation are undergoing significant transformations. The authors found that the importance of social networks as a platform for maintaining continuous communication of market participants in conditions of digitalization, as well as tools for ensuring marketing communication, continues to grow steadily. Already today, every subject of commercial relations receives unlimited opportunities to search, sell, buy goods or implement other operations using social networks. That is why social networks should be considered part of the marketing communication policy of a business entity that seeks not only to maintain its own level of profitability, but also to compete successfully in the conditions of digital transformations.

The purpose of the scientific article is to study the basics of marketing communications in the conditions of global digital transformations, in particular, the features and practice of using social networks within the marketing communication strategy. The research was carried out using the methods of comparison, abstraction, analysis and generalization.

The essence of marketing communications in the conditions of digitization, development of digital tools and technologies is clarified, features of modern marketing policy of enterprises, trends in the use of social networks by business entities as a platform for interaction with the consumer or to influence his choice are considered. The main trends of the penetration of social networks into public life are outlined, the prospects of digitization of marketing communications of business entities are determined in the conditions of maintaining the dynamics of the development of the social networks market.

Key words: global digitalization, social networks, digital marketing, marketing communication policy, marketing communications.

Постановка проблеми. Маркетингові комунікації є комплексним, багатокомпонентним поняттям, яке можна трактувати як специфічну стратегію взаємодії продавців і покупців, що має схильність змінюватися не лише відповідно до запитів споживачів, а й відповідно до вимог глобального ринкового простору. Сучасні умови господарювання спонукають суб'єктів ринку до розширення практики ведення бізнесу у цифровому просторі, що вимагає пошуку ефективних digital-інструментів маркетингових комунікацій. Наслідком динамічної трансформації ринку інтернет-реклами став розвиток практики використання соціальних мереж у комерції.

Соціальні мережі — багатофункціональні, самодостатні онлайн платформи орієнтовані на задоволення інформаційних чи інших видів потреб споживачів. Відповідно, пріоритетним завданням бізнесу є пошук та впровадження такої стратегії використання соціальних мереж в рамках реалізації комунікаційної політики, яка:

по-перше, забезпечить сталість розвитку бізнесу, його зростання та масштабування;

по-друге, зможе підтримувати високий рівень задоволеності споживачів, збереження їх прихильності у довгостроковій перспективі, залучення нових споживачів, що є досить складним завданням в умовах конкурентного середовища.

Український бізнес перебуває у безпрецедентно важких умовах. З огляду на складність його ведення в умовах постпандемічних наслідків та обмежень, спричинених режимом воєнного стану, доцільно широко застосовувати у маркетинговій діяльності господарюючих суб'єктів онлайн комунікації, зокрема соціальні мережі, які є універсальними платформами, що впливають на свідомість та вибір споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденціям проникнення соціальних мереж у маркетингові комунікації присвячені праці багатьох науковців, зокрема М. Окландера [1; 2], Т. Сак, О. Ковальнової, В. Кірсанової, О. Карого, О. Яшкіної, М. Чайковської [3], І. Купенної, Д. Яцюк, О. Уголькової та ін. Так, одна із праць М. Окландера присвячена цифровим каналам маркетингових комунікацій, що використовують сучасні прогресивні бренди. Автор стверджує, що саме соціальні мережі (першочергово, мова іде про Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Pinterest) здатні привернути увагу споживача, що робить їх унікальними платформами для утримання уваги споживача та збереження комунікації з ним навіть в умовах низької соціальної взаємодії [1]. Також науковець визначив риси, які відрізняють Інтернет-маркетинг від digital-маркетингу, проаналізував вплив цифровізації на кожен із цих типів маркетингу та довів, що саме digital-маркетинг, який у більшості випадків побудований на використанні соціальних мереж, «дозволяє адресно взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищах» [2, с. 366]. О. Яшкіна і М. Чайковська дослідили взаємозалежність зростання популярності соціальних мереж і розвитку мобільного маркетингу. Аналізуючи позитивні сторони цифровізації в контексті її впливу на трансформацію маркетингу, науковці дійшли висновку, що головними перевагами мобільного пристрою як засобу для пошуку та отримання публічної інформації, є спрощення доступу споживача до соціальних мереж, сприяння оперативності та персоналізації взаємодії із клієнтами, а також дистанційний вплив на бажання, підсвідомість та вибір споживачів [3]. Ключові тенденції та перспективи розвитку маркетингових Інтернет-комунікацій досліджували І. Мельник, С. Ковальчук [4], а особливості управління ними — Н. Ілляшенко [5], В. Пилипчук [6].

Праці науковців всебічно розкривають сутність поняття маркетингових комунікацій в умовах цифрових трансформацій. Проте, глобальна цифровізація триває, вона все більше впливає як на економіку в цілому, так і на сфери комерції та

бізнесу. За таких умов розвиток соціальних мереж як digital-інструментів маркетингової комунікаційної політики є логічним, що, власне, розширює поле для аналізу і зумовлює високий ступінь перспективності досліджень для прогнозування подальших перспектив.

Формулювання цілей статті. Мета статті — дослідження основ маркетингових комунікацій в умовах глобальних digital-трансформацій, зокрема, особливостей і практики використання соціальних мереж в межах обраної маркетингової комунікаційної стратегії. Для досягнення поставленої мети ми визначили такі завдання:

- розкрити сутність поняття «маркетингові комунікації» в умовах глобальних цифрових трансформацій;
- дослідити основні тенденції проникнення соціальних мереж у структуру маркетингової діяльності та ринку реклами, стан розвитку цифрових компетентностей громадян, для яких, власне, і створюється рекламний контент;
- окреслити перспективи вдосконалення маркетингової комунікативної політики суб'єктів підприємництва в умовах проникнення соціальних мереж у бізнес-простір.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах високої конкуренції рівень ефективності та результативності діяльності суб'єктів підприємництва прямо залежить від їх здатності задовольнити потреби споживачів та зберегти їх прихильність у довгостроковій перспективі. З огляду на це, одним із принципів підтримки прибутковості бізнесу є розвиток практики використання лише тих інструментів комунікації зі споживачами, які є ефективними як в контексті витрат на реалізацію маркетингової стратегії, так і рівня задоволеності споживача. Досліджуючи маркетингову стратегію як цілісний комплекс заходів та інструментів, необхідних для їх реалізації, першочергово постає питання вибору маркетингових інструментів, зокрема комунікацій, які, власне, і впливають на сам процес взаємодії бізнесу і споживача певною мірою генеруючи можливості для ефективної взаємодії сторін. Така взаємодія може мати позитивний результат лише в тому випадку, якщо інструмент відповідає запитам зовнішнього бізнес-середовища та соціуму загалом. Основою для формування маркетингової стратегії та вибору комунікацій є цифровізація та пов'язані з нею трансформації.

Таким чином, маркетингові комунікації в умовах цифровізації — це сукупність принципів, засобів, цифрових інструментів та інформаційно-комунікаційних технологій (далі — ІКТ) для

конструктивної взаємодії бізнесу та споживача чи цільової групи, а також реалізації рекламної, збутової діяльності. Їх використання здійснюється не лише з метою продажу товару чи послуги, а й формування толерантного середовища із високим ступенем взаєморозуміння та поваги сторін.

Постає питання, чому саме соціальні мережі, будучи платформами, створеними для пропозиції розважально-інформаційного контенту, впевнено перетворюються на онлайн ресурси, що належать до сукупності маркетингових комунікацій? Динамічне проникнення соціальних мереж у комерційну сферу зумовлене високим ступенем відповідності медіа цілям маркетингової стратегії підприємства.

Соціальні мережі забезпечують досягнення цілей маркетингу:

по-перше, формування обізнаності цільових груп;

по-друге, підсилення прийнятих маркетингових рішень;

по-третє, формування позитивного ставлення як до суб'єкта підприємництва загалом, так і до його продукції чи послуг;

по-четверте, встановлення та підтримка безперервного взаємозв'язку із цільовими групами [7].

Використання соціальних мереж як маркетингових комунікацій є перспективним. Це шлях до

оптимізації моніторингу змін у поведінці і купівельній спроможності споживачів завдяки використанню інформації про дії покупців, яка в умовах цифрового середовища є доступною та надходить до маркетологів і менеджерів у режимі реального часу; забезпечення двостороннього персоніфікованого діалогу із кожним споживачем; створення належних умов для автоматизованого збереження та систематизації даних, отриманих у результаті минулих взаємодій зі споживачем, аналізу даних про маркетингову діяльність конкурентів.

Ефективність використання соціальних мереж як маркетингових комунікацій залежить від певних факторів:

по-перше, від динаміки цифровізації бізнес-середовища держави, рівня проникнення цифрових технологій у підприємництво та сприйняття самими суб'єктами господарювання таких трансформацій;

по-друге, від рівня розвитку цифрових навичок та компетентностей самих споживачів.

Аналізуючи довоєнний період, варто звернути увагу на існування стабільно позитивної динаміки розвитку ринку digital-реклами, який включає рекламу в мережі Інтернет, банерну рекламу, рекламу у соціальних мережах (табл. 1 та рис. 1).

Таблиця 1

Розвиток українського ринку digital-реклами у довоєнний період

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, млн. грн		Відносне відхилення, %	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
Digital (Internet) Media реклама	6 379,0	6 980,0	10 833,0	601,0	3 853,0	9,42	55,20

Джерело: складено авторами за даними [8]

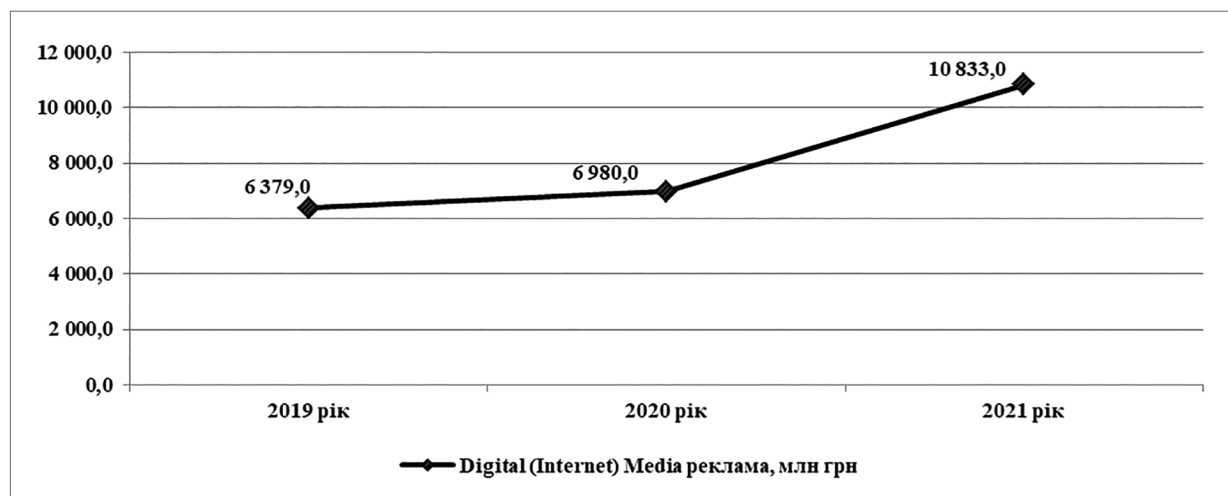


Рис. 1. Розвиток українського ринку digital-реклами, млн. грн

Джерело: побудовано авторами за даними [8]

Все більше сучасних, прогресивних брендів співпрацюють із лідерами думок різних соціальних мереж, а також створюють власні сторінки для реклами і просування товарів та послуг. Причинами докорінної зміни ставлення бізнесу до медіа є необмежені можливості, зокрема у контексті створення лаконічного, цікавого, інформативного та одночасно якісного контенту, а також використання точкового впливу. Кожна соціальна мережа є певною платформою, користувачі якої можуть належати до різних цільових аудиторій; медіаресурс може передбачати використання різних методів впливу на користувачів та інструментів взаємодії із ними.

За результатами аналізу GlobalLogic, сформованими на основі відкритих даних, станом на липень 2022 року соціальними мережами користувалися приблизно 76,6% українців (рис. 2) [9]. Війна стала основною причиною стрімкого росту даного показника. Варто зауважити, що зростання споживання рекламного контенту у соціальних мережах безпосередньо залежить від кількості активних користувачів.

З початком війни ринок реклами зазнав змін, проте саме цифровий маркетинг залишився одним із найбільш стабільних його сегментів. Зросла прихильність споживачів до використання мобільних пристроїв, а, відповідно, і до перегляду соціальних мереж, які є найбільш зручними інформаційними ресурсами в умовах війни. Дані свідчать, що з березня 2022 року використання мобільних пристроїв населенням України зросло на 15%, а десктопів знизилось на 46% [10]. Активними користувачами мобільних пристроїв є більше ніж 80% населення України та це свідчить, що взаємодія зі споживачем через соціальні мережі стала більш доступною та ефективною. Такі тенденції

можна розглядати як реальні можливості бізнесу для збереження або підтримки своєї діяльності, зокрема продажів.

Всеукраїнська рекламна коаліція (далі — ВРК) провела аналіз ринку та отримала дані про те, що кожна 2-га компанія формує оновлену стратегію для медійної реклами. Найбільш прогнозованою є ситуація із поновленням Інтернет-реклами, де «кожний 2-й некористувач каналу (14%) має плани на його запуск у найближчі пів року» (рис. 3) [11].

Респонденти виділяють 3 базові напрямки, що з'явилися у маркетингових комунікаціях у 2022 році:

- інформація про те, що компанія працює, залишилась на ринку і обслуговує клієнтів;
- підтримка людей, армії, цінностей (плюс підтримка національної ідентичності);
- інформація про розрив зв'язків з ринками Росії та Білорусі [11].

Ефективне використання цифрових маркетингових комунікацій в умовах цифрових трансформацій залежить від рівня цифрової грамотності населення України. За результатами дослідження, проведеного Міністерством цифрової трансформації у 2021 році [12], орієнтовно у 20% респондентів низький показник цифрової грамотності та компетентності або ж рівень індикаторів знаходиться на початкових відмітках (рис. 4).

Таким чином, варто приділяти більше уваги цифровим навичкам, які дадуть можливість громадянам України стати частиною прогресивного цифровізованого суспільства.

Подальші перспективи використання соціальних мереж як маркетингових комунікацій залежать від ряду факторів, зумовлених як повномасштабною війною в державі, так і бажанням

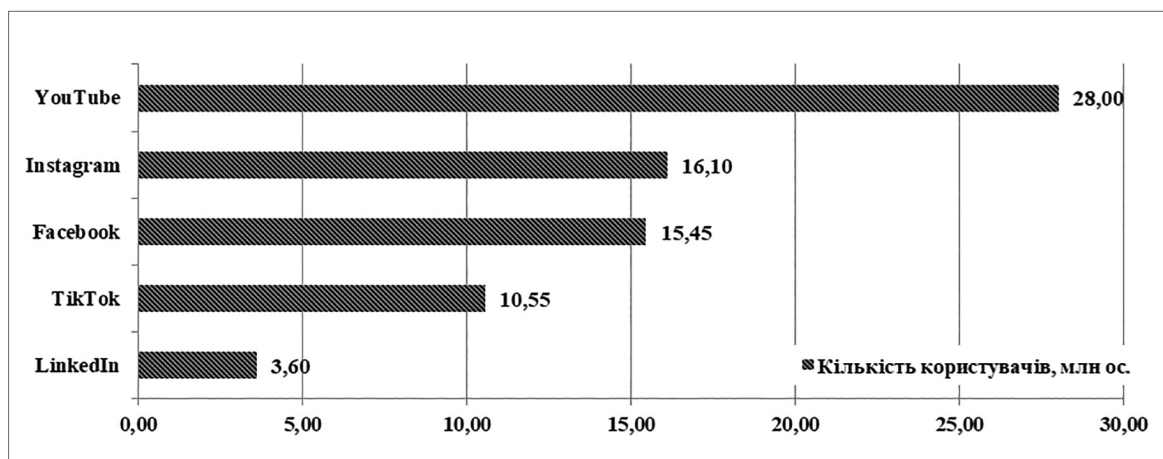


Рис. 2. Рейтинг користувачів соціальних мереж в Україні, 2022 рік

Джерело: побудовано авторами за даними [9]

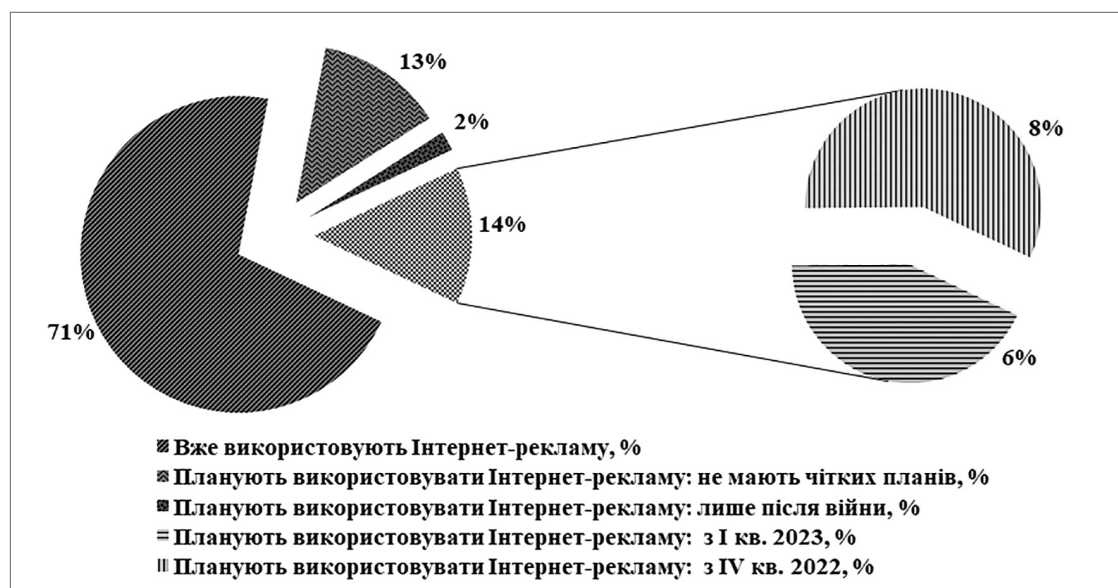


Рис. 3. Поточне та планове використання Інтернет-реклами суб'єктами підприємництва України (за даними ВРК), %

Джерело: побудовано авторами за даними [8; 11]

самих громадян вносити зміни у повсякденне життя та процеси споживання.

На наш погляд, можна виділити такі основні шляхи поліпшення маркетингових комунікацій, зокрема вдосконалення практики застосування соціальних мереж як частини комунікаційної маркетингової політики в умовах цифрових перетворень:

- створення сприятливих умов для використання бізнесом соціальних мереж як платформи для комунікації зі споживачами, зниження вартості рекламних послуг, використання дієвих методів перевірки якості рекламного контенту,

використання потужних інструментів захисту інформації тощо;

- сприяння росту цифрової грамотності населення, розширення доступності знань про механізми роботи соціальних мереж та можливості, які відкриваються перед споживачами в ході їх використання.

Висновки. В результаті проведеного дослідження нами з'ясовано, що маркетинговими комунікаціями в умовах цифровізації є сукупність принципів, засобів, цифрових інструментів та ІКТ, що використовуються для побудови конструктивної

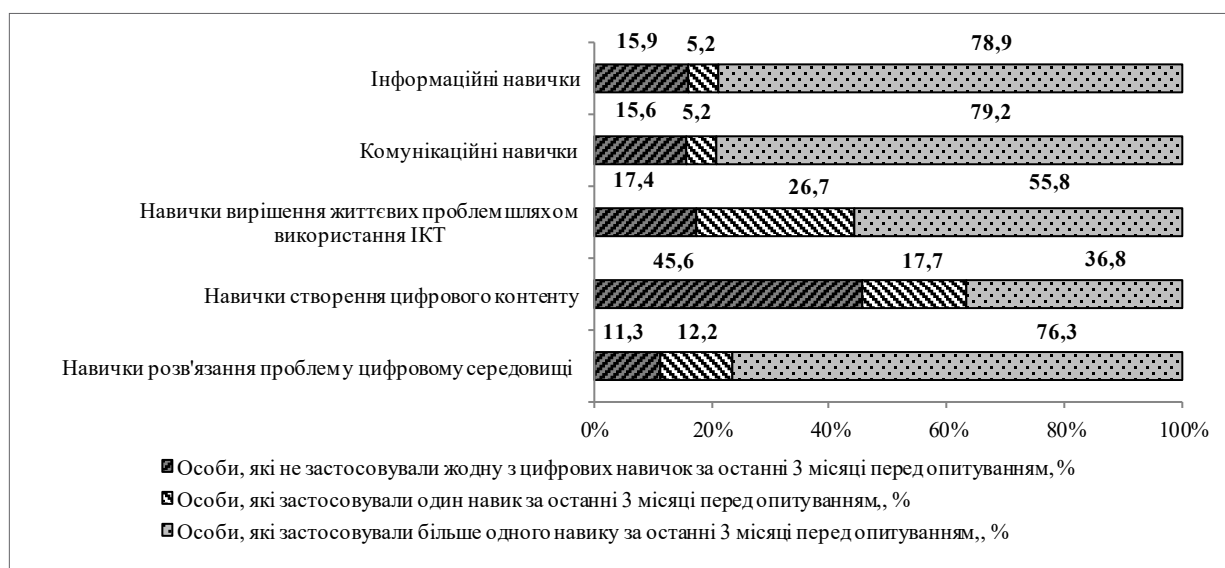


Рис. 4. Рівень цифрової грамотності громадян України в розрізі окремих навичок (за даними Міністерства цифрових трансформацій)

Джерело: побудовано авторами за даними [12]

взаємодії бізнесу та споживача, а також реалізації рекламної, збутової діяльності з метою подальшого продажу товарів і послуг. Соціальні мережі визнані одним із ключових комунікаційних каналів.

Встановлено, що ефективність комунікаційної політики господарюючих суб'єктів залежить від готовності бізнесу до переходу на ринок Інтернет-реклами та від рівня цифрової грамотності громадян. Якщо перший критерій має беззаперечно позитивну динаміку, навіть попри негативний вплив війни (зокрема, певна частка бізнесу вже готова

до використання Інтернет-реклами, в т.ч. у соціальних мережах), то другий критерій свідчить про необхідність проведення роботи у напрямку зростання показників цифрової грамотності та розвитку інформаційно-комунікаційних навичок громадян України.

Зважаючи на існування таких тенденцій вважаємо перспективним подальше вивчення і вдосконалення практики використання соціальних мереж у маркетинговій діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Література

1. Oklander M., Kudina A. Channels for promotion of fashion brands in the online space. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. Vol. 7(2). P. 179–187. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-2-179-187>
2. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. С. 362–371.
3. Yashkina O., Chaikovska M., Filatova V. Artificial Intelligence in Mobile Marketing: Conditions, Obstacles and Prospects of Using. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4. № 2. С. 53–60.
4. Мельник І.О., Ковальчук С.В., Стахов Ю.В. Сучасні напрями і тренди просування в мережі Інтернет. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XV міжнародної науково-практичної конференції*. Хмельницький: ХНУ, 2020. С. 169–170.
5. Illiashenko S.M. Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises. *Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the International Scientific Internet Conference*. Bielsko-Biala: WSEH, 2021. P. 89–91.
6. Пилипчук В.П. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства в інтернет-мережах. *Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції: монографія*. Суми: Триторія, 2018. С. 221–233.
7. Ільченко Т.В., Помазан Л.М. Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. *Економіка та суспільство*. Серія: Маркетинг. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1736/1672> (дата звернення 23.12.2022).
8. Рекламний ринок. Статистика. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/> (дата звернення 23.12.2022).
9. Втрачені можливості: українці надають більшу перевагу розважальним соцмережам, ніж професійному LinkedIn. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-networks-and-opportunitites/> (дата звернення 23.12.2022).
10. Digital research: Ukraine 2022. URL: <https://newage.agency/uk/> (дата звернення 23.12.2022).
11. Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями під час війни: стан справ та майбутнє українських компаній-рекламодавців. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2022/advertisers-research-2022.html> (дата звернення 23.12.2022).
12. Цифрова грамотність населення України: звіт за результатами загальнонаціонального опитування // Міністерство цифрової трансформації України, 2021. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/research> (дата звернення 23.12.2022).

References

1. Oklander M., Kudina A. (2021). Channels for promotion of fashion brands in the online space, *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 7 (2), pp. 179–187. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-2-179-187>
2. Oklander M.A., Romanenko O.O. (2015). Specyfichni vidminnosti cyfrovogho marketynghu vid Internet-marketynghu. *Ekonomichnyj visnyk Nacionalnogo tekhnichnogo universytetu Ukrainy “Kyjivskij politekhnichnyj instytut”*, vol. 12, pp. 362–371.
3. Yashkina O., Chaikovska M., Filatova V. (2020). Artificial Intelligence in Mobile Marketing: Conditions, Obstacles and Prospects of Using, *Marketyngh i cyfrovi tekhnologiji*, vol. 4 (2), pp. 53–60.

4. Meljnyk I.O., Kovalchuk S.V., Stakhov Ju. V. (2020). Suchasni naprjamy i trendy prosuvannja v merezhi Internet. Marketynghovi tekhnologiji v umovakh ghlobalizaciji ekonomiky Ukrainy: tezy dopovidej KhV mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji. Khmeljnyckyj: KhNU, 2020, pp. 169–170.
5. Illiashenko S.M. (2021), Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises. In: WSEH, Marketing of innovations. Innovations in marketing, Processings of the International Scientific Internet Conference, Bielsko-Biala, 2021, pp. 89–91.
6. Pylypchuk V.P. (2018). Upravlinnja marketynghovymy komunikacijamy pidpryjemstva v internet-merezhakh. Instrumenty ta metody komercializaciji innovacijnoji produkciji: monohrafija. Sumy: Trytorija. pp. 221–233.
7. Iljchenko T.V., Pomazan L.M. (2022). Marketynghova komunikacijna polityka: sutnistj ta osoblyvosti na promyslovomu pidpryjemstvi. Ekonomika ta suspiljstvo. Serija: Marketyngh, is. 43, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1736/1672>
8. Reklamnyj rynek. Statystyka, available at: <https://vrk.org.ua/ad-market/>
9. Vtracheni mozhyvosti: ukrajinci nadajutj biljshu perevaghу rozvazhalnym socmerezham, nizh profesijnomu LinkedIn, available at: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-networks-and-opportunities/>
10. Digital research: Ukraine 2022, available at: <https://newage.agency/uk/>
11. Tendenciji v upravlinni marketynghovymy komunikacijamy pid chas vijny: stan sprav ta majbutnje ukrajinsjkykh kompanij-reklamodavciv, available at: <https://vrk.org.ua/news-events/2022/advertisers-research-2022.html>
12. Cyfrova ghramotnistj naselennja Ukrainy: zvit za rezuljtatamy zaghaljnonacionaljnogho opytuvannja // Ministerstvo cyfrovoi transformaciji Ukrainy, available at: <https://osvita.diia.gov.ua/research>.

УДК 338.121

Писар Надія Богданівна

*доктор економічних наук, професорка кафедри маркетингу
Державний університет телекомунікацій*

Pysar Nadiia

*Doctor of Economics, Professor at the Department of Marketing
State University of Telecommunications*

ORCID: 0000-0003-2656-7323

Даниленко Даніїл Анатолійович

*студент кафедри маркетингу
Державного університету телекомунікацій*

Danylenko Daniil

*Student at the Department of Marketing
State University of Telecommunications*

ORCID: 0000-0002-5992-2515

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8469

МАРКЕТИНГ

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE COMPANY'S COMPETITIVE STRATEGY

Анотація. В умовах ринкової економіки вибір конкурентних стратегій підприємствами, реальними секторами економіки визначатиме їх подальший розвиток і позицію на внутрішньому та зовнішньому ринках. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується рядом ознак того, що формується нова модель економічного зростання, а саме: глобалізація бізнесу, динамічний розвиток конкуренції, поява нових технологій і методів організації виробництва, скорочення терміну служби продукції. Завдяки цим умовам лише ті підприємства здатні правильно обирати та формулювати стратегії, що дозволяють зосередитись на пріоритетних напрямках діяльності, використовувати гнучкі форми організації та управління для здійснення діяльності, ефективно використовувати наявні ресурси та свої досягнення. Тому, особливо важливо розуміти природу та місце конкурентної стратегії в процесі управління бізнесом. Так, спільними для багатьох науковців критеріями визначення поняття «конкурентна стратегія» є: отримання конкурентної переваги; досягнення конкурентної позиції; досягнення рівня конкурентоспроможності. Метою даного дослідження є розробка заходів для підвищення рівня конкурентних переваг підприємства у ринковому середовищі. Відповідно до мети вирішено такі завдання: визначено значення конкурентної стратегії в управлінні бізнесом за сучасних умов та проаналізовано методики оцінки ефективності конкурентної стратегії. Об'єкт дослідження – заходи, методи, інструменти маркетингу для підвищення рівня конкурентних переваг підприємства. Предмет дослідження – аналіз процесів управління бізнесом в у ринковому середовищі. В результаті даного дослідження визначено та удосконалено місце конкурентної стратегії в управлінні бізнесом, визначені основні інструменти і заходи конкурентної стратегії серед процесів управління збутом та необхідність її комплексного застосування у системі маркетингових заходів. Розкрито поняття конкурентної стратегії і доведено його нерозривний взаємозв'язок з маркетингом. Встановлено, що конкурентна стратегія – це система організації сприятливого бізнес-середовища в поєднанні із тактикою дій підтримки довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку, а критеріями визначення поняття «конкурентна стратегія» є: отримання конкурентної переваги; досягнення конкурентної позиції; досягнення рівня конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентна стратегія, маркетинг, продукт, ринок, бізнес, попит, пропозиція, конкуренція.

Summary. In the conditions of a market economy, the choice of competitive strategies by enterprises and real sectors of the economy will determine their further development and position on the domestic and foreign markets. The current stage of development of the world economy is characterized by a number of signs that a new model of economic growth is being formed, namely: globalization of business, dynamic development of competition, emergence of new technologies and methods of production organization, shortening of product life. Thanks to these conditions, only those enterprises are able to correctly choose and formulate strategies that allow them to focus on priority areas of activity, use flexible forms of organization and management to carry out activities, and effectively use available resources and their achievements. Therefore, it is especially important to understand the nature and place of competitive strategy in the process of business management. Thus, the common criteria for defining the concept of «competitive strategy» for many scientists are: obtaining a competitive advantage; achieving a competitive position; achieving the level of competitiveness. The purpose of this study is to develop measures to increase the level of competitive advantages of the enterprise in the market environment. In accordance with the goal, the following tasks were solved: the importance of competitive strategy in business management under modern conditions was determined and the methods of evaluating the effectiveness of competitive strategy were analyzed. The object of the study is measures, methods, marketing tools to increase the level of competitive advantages of the enterprise. The subject of the study is the analysis of business management processes in the market environment. As a result of this study, the place of competitive strategy in business management was determined and improved, the main tools and measures of competitive strategy among sales management processes and the need for comprehensive application in the system of marketing measures were determined. The concept of competitive strategy is revealed and its inextricable relationship with marketing is proven. It was established that competitive strategy is a system of organizing a favorable business environment in combination with tactics of actions to support the long-term competitive position of the enterprise on the market, and the criteria for defining the concept of «competitive strategy» are: obtaining a competitive advantage; achieving a competitive position; achieving the level of competitiveness.

Key words: competitive strategy, marketing, product, market, business, demand, supply, competition.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах динамічного розвитку конкуренції, появи нових технологій і методів організації виробництва, конкурентні стратегії в процесі управління бізнесом дозволяють зосередитись на пріоритетних напрямках діяльності підприємства, використовувати гнучкі форми організації та управління, ефективно використовувати наявні ресурси та досягнення. Заходи оцінки ефективності конкурентної стратегії підприємства актуальні і необхідні в бізнес-управлінні, адже вони направлені на підтримання конкурентоздатності підприємства, ефективності виробництва, що проявляється через стійкість підприємства до мінливих зовнішніх викликів і конкурентної боротьби.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням використання маркетингового інструментарію в управлінні бізнесом присвячені наукові праці М. Портера [1; 13], Ф. Котлера [20], М. Луєнєндока [2], І. Ступака [5; 9], О Біловодської [7], Ю. Іванова [11], Ю. Кулиняка [12], В. Аранчій [15], Н. Войтович [4], В. Грановської [10], Є Бельтюкова [19] та ін. Однак, у динамічному ринковому середовищі, постійно існує брак інформації про те, який саме комплекс заходів, інструментів застосувати в практичну діяльність для підвищення рівня конкурентних переваг підприємства у ринковому конкурентному середовищі, що є

актуальним питанням, яке вимагає розвитку наукової думки.

Постановка завдання. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується рядом ознак того, що формується нова модель економічного зростання, а саме: глобалізація бізнесу, динамічний розвиток конкуренції, поява нових технологій і методів організації виробництва, скорочення терміну служби продукції. Завдяки цим умовам лише ті підприємства здатні правильно обирати та формулювати стратегії, що дозволяють зосередитись на пріоритетних напрямках діяльності, використовувати гнучкі форми організації та управління для здійснення діяльності, ефективно використовувати наявні ресурси та свої досягнення. Тому, особливо важливо розуміти природу та місце конкурентної стратегії в процесі управління бізнесом. Метою даного дослідження є розробка заходів для підвищення рівня конкурентних переваг підприємства у ринковому середовищі. Відповідно до мети поставлено такі завдання: визначити значення конкурентної стратегії в управлінні бізнесом за сучасних умов та проаналізувати методики оцінки ефективності конкурентної стратегії. Об'єкт дослідження — заходи, методи, інструменти маркетингу для підвищення рівня конкурентних переваг підприємства. Предмет дослідження — аналіз процесів управління бізнесом у ринковому середовищі.

Результати. Прослідковування тенденції до вдосконалення визначень конкурентної стратегії, вирізняється низка критеріїв, за якими можна згрупувати всі визначення, подібну спробу класифікації яких здійснив Ю. Кулиняк [12, с. 88–89], проте науковець не завершив розмежування визначень за конкретними критеріями визначення поняття «конкурентна стратегія», що на нашу думку, є: отримання конкурентної переваги; досягнення конкурентної позиції; досягнення рівня конкурентоспроможності, а поняття конкурентна стратегія — це система організації сприятливого бізнес-середовища в поєднанні із тактикою дій підтримки довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку.

Оцінку ефективності конкурентної стратегії доцільно здійснювати на основі аналізу показників

конкурентних переваг та рівня конкурентоспроможності підприємства. Мета оцінки конкурентоспроможності при стратегічному підході — розробити позиційну стратегію, а результатом є виявлення сильних та слабких сторін і конкурентних переваг. Тобто при оцінці стратегічної конкурентоспроможності виявляється позиція підприємства (лідер, претендент, аутсайдер або ін.), формулюються конкурентні переваги, що дозволяють в перспективі утримувати свої позиції, слабкі сторони, які загрожують утримання досягнутого положення. За результатами оцінки формується стратегія підприємства на перспективу.

Автор [8] вивів наступне, найбільш прийнятне з його точки зору визначення, яке можна повністю співвіднести до тактичної конкурентоспроможності: «конкурентоспроможність

Таблиця 1

Підходи до класифікації методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [1–19]

Підхід	Зміст
Продуктово-ринковий	В основі підходу лежить маркетингова оцінка операційної діяльності підприємства і ринкова позиція виробленого ним продукту. Результатом застосування підходу є ідентифікація конкурентного становища підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу
Рівноважний	Підхід заснований на припущенні про те, що всі фактори виробництва є рівноцінними з точки зору їх внеску в економічний результат і задіяні повністю, що виключає можливість отримання додаткового прибутку через неможливість збільшення відсотка завантаження відповідного фактора виробництва. Джерелом конкурентоспроможності є той фактор виробництва, який не задіяний повною мірою, в зв'язку з чим практичне застосування даного підходу зводиться до пошуку резервів підвищення продуктивності за рахунок ендогенних факторів
Оцінка на основі конкурентної ситуації в галузі (структурно-функціональний підхід)	Конкурентоспроможність підприємства оцінюється з позиції належної йому ринкової частки, здатності здійснювати визначальний вплив на попит і пропозицію, потенціалу отримання вигод монопольного присутності на ринку (включаючи оцінку значущості вхідних бар'єрів для потенційних нових учасників галузі). Коригування оцінки конкурентоспроможності, заснованої на вигодах монополізації, здійснюється з використанням функціонально-вартісного аналізу, традиційних і передових методик оцінки ефективності і результативності фінансово-господарської діяльності, віддачі від основних засобів та інших активів, тощо
Оцінка на основі порівняльних переваг (лідерство по витратах)	Рівень конкурентоспроможності підприємства визначається в рамках даного підходу відносною собівартості випуску продукції і наявністю потенціалу її зниження в рамках поточної моделі технологічної організації виробничого процесу
Оцінка на основі індексів якості продукту	В рамках даного підходу конкурентоспроможність компанії поставлена в залежність від порівняльної затребуваності її продукту і продуктів інших учасників ринку, інтегрованої в індекси оцінки якості, що відображають переваги споживачів і дану ними оцінку якості продукції. Основним в рамках підходу є припущення про те, що раціональний споживач буде пред'являти попит на більш якісну продукцію навіть в обмін на дещо вищу ціну
Профіль полярностей	Основу підходу формує оцінка відносного відхилення параметрів фінансово-господарської діяльності, ринкового становища, якості продукції підприємства від найближчого або найбільшого конкурента, тобто формалізація критеріальних оцінок SWOT-аналізу
Експертна оцінка	Для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовують опитування експертів, яким пропонується структурований перелік характеристик оцінюваного підприємства, за якими експерт повинен виставити мотивовану оцінку за заданою шкалою з урахуванням відомих йому відомостей про стан ринку в цілому і про ключові його учасників. Результатом застосування даного підходу є конкурентний профіль підприємства, який дозволяє наочно представити результати оцінки і позначити сфери діяльності, що вимагають управлінського впливу

підприємства — це його здатність тривалий час випускати конкурентоспроможну продукцію з показниками фінансово-господарської діяльності не нижчі за середні по галузі».

До поняття стратегічна конкурентоспроможність підприємства найкраще підходить визначення: конкурентоспроможність підприємства — це здатність підприємства протистояти зовнішнім впливам, домагаючись лідерства відповідно до поставлених стратегічних цілей. Також як і поняття конкурентоспроможності товару, конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена тільки в результаті порівняння підприємств, тому є відносною величиною і повинна носити кількісний характер.

Підприємство, конкурентоспроможне на внутрішньому ринку, може бути не конкурентне на

зовнішньому. Тому поняття конкурентоспроможності має оцінюватися на конкретному ринку, в конкретний момент часу і в порівнянні з іншими підприємствами, що випускають аналогічну продукцію. Сучасні автори при оцінці конкурентоспроможності посилаються на формулу:

$$IE = IT * KP$$

де КР — конкурентоспроможність виробника;

IT — індекс конкурентоспроможності товарної маси;

IE — індекс відносної ефективності виробничої діяльності.

Крім зазначеного методу для оцінки тактичної конкурентоспроможності можуть бути використані: багатофакторний і багатогранний конкурентоспроможності, рейтингова оцінка, побудова конку-

Таблиця 2

Бальна оцінка конкурентоспроможності підприємства

Фактори конкурентоспроможності	Вагове значення факторів конкурентоспроможності	Значення факторів конкурентоспроможності (у балах)			Цінність факторів конкурентоспроможності (у балах)		
		Яготинський маслозавод	«Галичина»	«Молокія»	Яготинський маслозавод	«Галичина»	«Молокія»
1. Частка ринку	0,09	4	4	4	0,36	0,36	0,36
2. Споживчі властивості товару (якість)	0,13	4	2	2	0,52	0,26	0,26
3. Престижність торгової марки	0,1	4	4	4	0,3	0,4	0,4
4. Упаковка	0,07	4	2	2	0,28	0,14	0,14
5. Асортимент	0,06	3	2	2	0,18	0,12	0,12
6. Ціна	0,08	3	3	3	0,24	0,24	0,24
7. Канали розподілу	0,05	2	2	3	0,2	0,1	0,15
8. Ефективність маркетингових комунікацій	0,1	2	2	4	0,4	0,2	0,4
9. Виробничі потужності	0,11	2	4	4	0,44	0,44	0,44
10. Матеріально-технічне забезпечення	0,11	2	3	4	0,55	0,33	0,44
11. Потенційна можливість виходу на зовнішній ринок	0,1	3	2	3	0,4	0,2	0,3
Усього:	1	X	X	X	3,87	2,79	3,25

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 3

Ранги підприємств за вихідними даними

Виробники	Частка ринку	Якість	Ціна	Асортимент	Престижність товарної марки	Виробничі потужності	Матеріально-технічне забезпечення	Збут та реклама
«Яготинський маслозавод»	4	4	3	3	4	2	2	2
«Галичина»	4	2	3	2	4	4	3	2
«Молокія»	4	2	3	2	4	4	4	3

Джерело: розраховано авторами

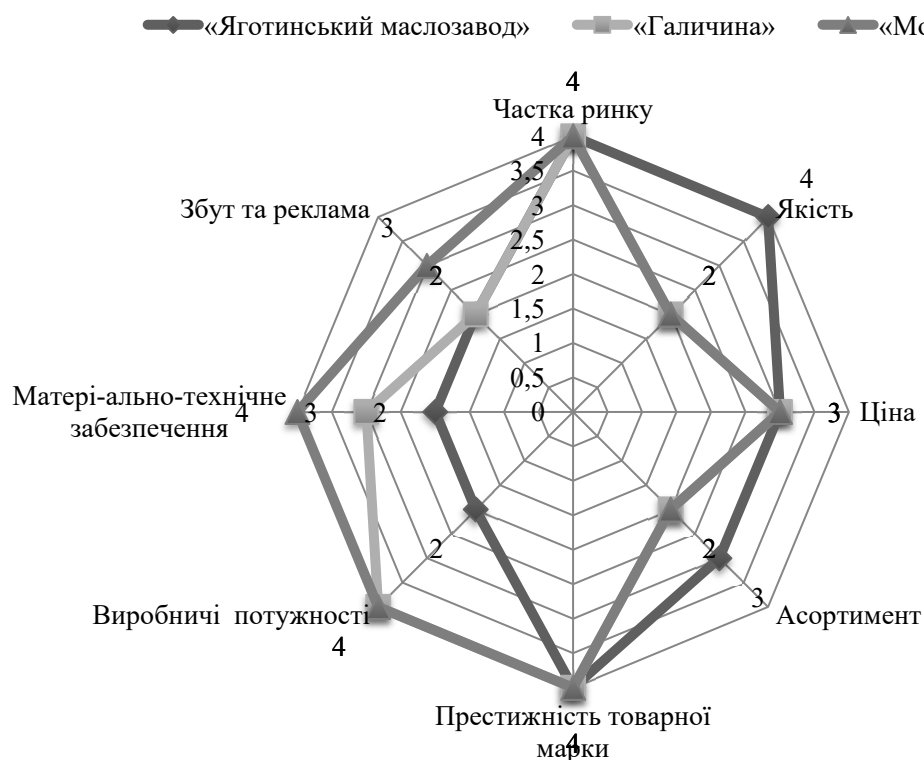


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності обраних підприємств молокопереробної галузі

Джерело: побудовано авторами

рентного профілю підприємства та інші операційні методи. Для оцінки стратегічної конкурентоспроможності доцільно використовувати такі методи: побудова конкурентної карти ринку; оцінка ключових факторів успіху; визначення конкурентного статусу фірми; група матричних методів; продуктово-ринковий метод, рівноважний метод; оцінка на основі конкурентної ситуації в галузі (структурно-функціональний підхід); оцінка на основі порівняльних переваг (лідерство по витратах); оцінка на основі індексів якості продукту; експертна оцінка; профіль полярностей; матричні методи, що включають крім традиційних (БКГ, GE, Shell, ADL, Хофера) матрицю стратегічного положення і оцінки дій конкурентів, SWOT-аналіз.

Розглянувши наявне різноманіття методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, слід зазначити, що для зручності і цінності практичного його використання методичний підхід повинен відповідати таким вимогам:

- відображати ключові фактори конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах;
- забезпечувати простоту розрахунків і економічної інтерпретації отриманих оціночних значень;
- не викликати труднощів при визначенні значень окремих показників, що входять в підсумковий показник конкурентоспроможності підприємства;

– виключати зайвий суб'єктивізм в розрахункових значеннях.

Орієнтуючись на виконання вищезначених вимог, на особливу увагу заслуговує коефіцієнтний спосіб оцінки конкурентоспроможності підприємства. Суть його полягає в розрахунку певних коефіцієнтів, що характеризують ефективність застосування окремих елементів комплексу маркетингу в поєднанні з фінансовими показниками діяльності підприємства.

Крім цього для вимірювання повної конкурентоспроможності підприємства доцільно враховувати загальні фінансові коефіцієнти, які визначаються на основі аналізу сукупних активів і зобов'язань підприємства за звітний період. Для визначення конкурентоспроможності підприємства можна обмежитися оцінкою структури балансу за коефіцієнтами поточної ліквідності і забезпеченості власними засобами. Нами проведено аналіз діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» та здійснено оцінку його конкурентоспроможності на основі бальної оцінки. Багатокутник конкурентоспроможності побудований відносно конкуруючих молочних компаній «Молокія» та «Галичина». Для наочності проведення порівняння бальних показників (табл. 2) обраний графічний метод, що лежить в основі побудови

Таблиця 4

Оцінка переваг продукції ТДВ «Яготинський маслозавод»

Фактори	Вага	«Яготинський маслозавод»		«Галичина»		«Молокія»		«Тульчинка»	
		Оцінка	Зважена	Оцінка	Зважена	Оцінка	Зважена	Оцінка	Зважена
1. Якість товарів	0,06	4	0,24	2	0,12	3	0,18	2	0,12
2. Рівень цін на товари	0,06	4	0,24	4	0,24	2	0,12	4	0,24
3. Частка ринку	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,1
4. Динаміка зростання частки ринку	0,05	4	0,2	2	0,1	2	0,1	3	0,15
5. Фінансова стійкість підприємства	0,04	4	0,16	2	0,08	4	0,16	2	0,08
6. Рентабельність бізнесу	0,04	3	0,12	4	0,16	2	0,08	4	0,16
7. Рівень менеджменту	0,05	4	0,2	4	0,2	4	0,2	2	0,1
8. Рівень кваліфікації працівників	0,05	4	0,2	2	0,1	3	0,15	2	0,1
9. Унікальність продукції	0,05	3	0,15	2	0,1	2	0,1	4	0,2
10. Досвід роботи на вітчизняному ринку	0,04	3	0,12	3	0,12	2	0,08	2	0,08
11. Рівень технологій	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24	4	0,24
12. Виробничі можливості	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,1
13. Доступ до сировини	0,05	4	0,2	4	0,2	4	0,2	4	0,2
14. Асортимент продукції	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24
15. Експортні можливості	0,06	2	0,12	4	0,24	4	0,24	2	0,12
16. Наявність інвестицій для розширення	0,04	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12
17. Ефективність системи маркетингу	0,03	3	0,09	4	0,12	3	0,09	4	0,12
18. Консультації для клієнтів	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2	2	0,1
19. Відомість торгової марки	0,04	3	0,12	2	0,08	2	0,08	3	0,12
20. Імідж компанії	0,05	3	0,15	3	0,15	4	0,2	3	0,15
ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА	1		3,34		3,09		3,12		2,84

багатокутника конкурентоспроможності. Для цього на векторах, що відповідають чинникам конкурентоспроможності, відкладаються відповідні показники.

Пропонуємо щодо кожного з конкуруючих підприємств ввести ранг (табл. 2) за відповідним показником кожного фактора. Ранги радимо розраховувати за принципом: найбільше значення показника окремого фактора відповідає найбільшому рангу. Далі будемо багатокутник конкурентоспроможності шляхом побудови радикальних шкал, на які наносяться позначення рангів (рис. 1).

У цьому випадку найбільша площа фігури буде відповідати вищій конкурентоспроможності підприємства.

Перевагами цих компаній є доступний рівень цін, унікальність продукції, що відповідає високим стандартам якості, широкий асортимент, відомість торгової марки серед споживачів та ефек-

тивність системи маркетингу. В цілому, цікаво подивитися на зважену оцінку переваг продукції компаній.

На основі обчислених результатів складено рейтинг компаній згідно з їх зваженою оцінкою конкурентоспроможності:

1. ТДВ «Яготинський маслозавод» — 3,34 бали;
2. «Галичина» — 3,09;
3. «Молокія» — 3,12;
4. «Тульчинка» — 2,84.

Отже, серед досліджуваних компаній ТДВ «Яготинський маслозавод» має найвищий рівень конкурентних переваг. В цілому перевагами цих компаній є доступніший рівень цін, унікальність продукції, що відповідає високим стандартам якості, широкий асортимент, відомість торгової марки серед споживачів та ефективність системи маркетингу. Для підвищення прибутку на підприємстві потрібні такі заходи (рис. 2).

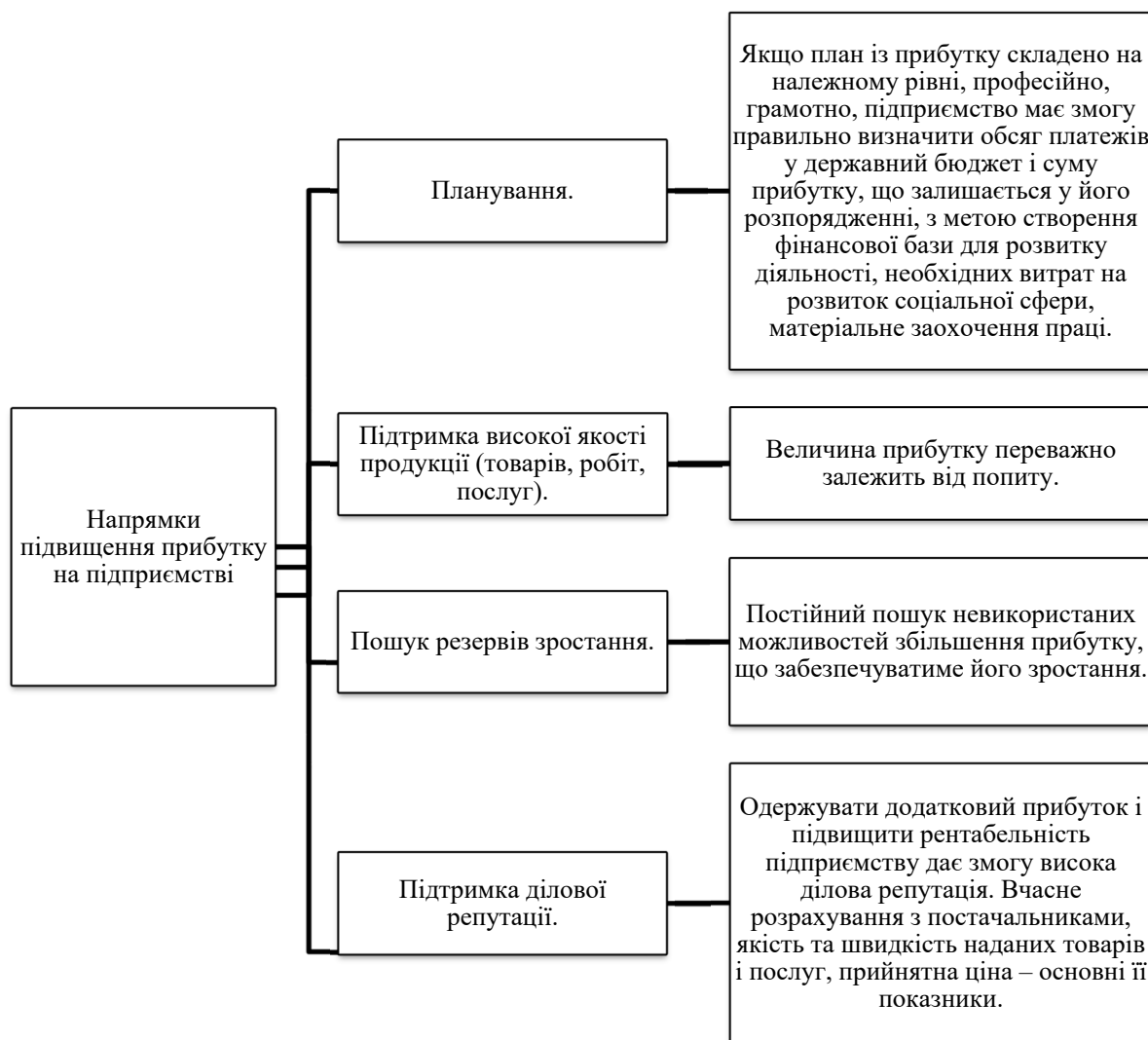


Рис. 2. Напрямки підвищення прибутку на підприємстві

Джерело: побудовано авторами

Також, доцільно впровадити стратегію зниження витрат, основні елементи якої повинні включати скорочення запасів, прямих витрат, покращення процесів постачання або знижки при оптових закупках; зосередження на популярних продуктах чи послугах із найвищим прибутком. Оцінку доцільності впровадження запропонованих заходів необхідно здійснювати на основі аналізу витрат на їх впровадження та окупності на основі методу окупності інвестицій.

Висновки. На основі проведеного дослідження визначено:

- спільними для багатьох науковців критеріями поняття «конкурентна стратегія» є: отримання конкурентної переваги; досягнення конкурентної позиції; досягнення рівня конкурентоспроможності;
- вибір стратегії конкуренції залежить від багатьох чинників: ринкової позиції фірми і динаміки її зміни, кількості конкурентів і характеру конку-

ренції на ринку, виробничого і технологічного потенціалу підприємства, виду продукції, а також інших чинників середовища функціонування;

- подальше відновлення та розвиток української економіки значною мірою залежить від ефективності економічних, фінансових та монетарних заходів, що вживаються урядом, а також змін у податковій, правовій, нормативно-правовій та політичній сферах;
- місією сучасної конкурентної компанії має бути: постійно знаходити інноваційні рішення для вдосконалення виробничих процесів, забезпечувати споживачів високоякісною продукцією та активно брати участь у вирішенні соціальних проблем;
- перевагами досліджуваних компаній є диференційовані ціни, унікальність продукції, що відповідає високим стандартам якості, широкий асортимент, відомість торгової марки серед споживачів та ефективність системи маркетингу.

Література

1. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей та конкурентів / М. Портер; пров. з англ. К.: Альпіна Бізнес Букс, 2010. 454 с.
2. Luenendonk M. Competitive Advantage. URL: <https://www.cleverism.com/lexicon/competitive-advantage/>
3. Competitive Strategy. MBAskool. URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-andstrategy-terms/7394-competitive-strategy.html>
4. Войтович Н.В. Стратегічний аналіз моделей управління підприємницькими ризиками. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. 2008. Т. 2. Вип. 16. С. 65–67.
5. Ступак І.О. Конкурентні стратегії як управлінська категорія. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2010. № 684. С. 249–254.
6. Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № 2. С. 6–13.
7. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 332 с.
8. Клименко Н.А. Румянцев А.П. Конкурентна стратегія: сутність та класифікація. Актуальні проблеми економіки та управління. 2007. Вип. 1. С. 22–24.
9. Ступак І.О. Конкурентна стратегія як управлінська категорія. Вісник національного університету «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». 2010. № 684. С. 249–254.
10. Грановська В.Г. Конкурентні стратегії розвитку аграрних підприємств у глобалізованому світі. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2016. Вип. 1. С. 84–90.
11. Іванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2006. 383 с.
12. Кулиняк Ю.І. Проблеми визначення сутності конкурентної стратегії організації. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 714. С. 87–95.
13. Porter M. Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: The Free Press, 1998. 422 p.
14. Trdm M. Innovate Your Company: Trends to Follow for a Competitive Advantage. Wiley. 2010. 164 p.
15. Аранчій В.І. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. Вип. 2 (5). Т. 3. С. 3–7.
16. Бондаренко С.М., Свиринюк О.В. Аналіз сучасних стратегій. Збірник наукових праць. К., 2014. С. 56–62.
17. Tsai H. T., Eisingerich A. B. Internationalization strategies of emerging markets firms. California Management Review. 2013. № 53(1). P. 114–135.
18. What's more important? Six priorities for leaders in turbulent times. McKinsey Global Survey results. 2022. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/what-matters-most-six-priorities-for-ceos-in-turbulent-times>
19. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № 2(12). С. 6–13.
20. Kotler Philip. Principles of marketing. 2012. URL: <https://nit-edu.org/wp-content/uploads/2021/09/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong.pdf>

References

1. Porter M. (2010). Competitive strategy: a method of analyzing industries and competitors / M. Porter; prov. from English K.: Alpina Business Books, 2010, 454 p.
2. Luenendonk M. (2015). Competitive Advantage. URL: <https://www.cleverism.com/lexicon/competitive-advantage/>
3. Competitive Strategy. (2020). MBAskool. URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-andstrategy-terms/7394-competitive-strategy.html>
4. Voytovych N. (2008). Strategic analysis of business risk management models. Collection of scientific works of the Podilsk State Agrarian and Technical University, T. 2, Issue 16, pp. 65–67.
5. Stupak I. O. (2010). Competitive strategies as a management category. Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Problems of economics and management, No. 684, pp. 249–254.
6. Beltyukov E. (2014). Competitive strategy of the enterprise: essence and formation based on the assessment of the level of competitiveness. Economy: realities of time, No. 2, pp. 6–13.
7. Bilovodska O. (2010). Marketing management: education. Manual. K.: Znannia, 332 p.
8. Klymenko N., Rumyantsev A. (2007). Competitive strategy: essence and classification. Actual problems of economy and management, Vol. 1, pp. 22–24.

9. Stupak I. (2010). Competitive strategy as a management category. Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic» «Problems of Economics and Management», no. 684, pp. 249–254.
10. Granovska V. (2016). Competitive strategies for the development of agricultural enterprises in the globalized world. Bulletin of the Sumy National Agrarian University. «Economics and Management» series, Issue 1, pp. 84–90.
11. Ivanov Yu.B. (2006). Theoretical foundations of the company's competitive strategy: monograph. Kh.: INZHEK, 383 p.
12. Kulinyak Yu.I. (2011). Problems of determining the essence of the organization's competitive strategy. Bulletin of the Lviv Polytechnic National University, No. 714, pp. 87–95.
13. Porter M. (1998). Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: The Free Press, 422 p.
14. Trđm M. (2010). Innovate Your Company: Trends to Follow for a Competitive Advantage. Wiley, 164 p.
15. Aranchii V. (2012). Theoretical aspects of the formation of competitive strategies of agrarian enterprises. Scientific works of the Poltava State Agrarian Academy, Issue 2 (5). T. 3, pp. 3–7.
16. Bondarenko S., Svyrynyuk O. (2014). Analysis of modern strategies. Collection of scientific works. K., pp. 56–62.
17. Tsai H., Eisingerich A. (2013). Internationalization strategies of emerging markets firms. California Management Review, № 53(1), pp. 114–135.
18. What's more important? Six priorities for leaders in turbulent times. (2022). McKinsey Global Survey results. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/what-matters-most-six-priorities-for-ceos-in-turbulent-times>
19. Beltyukov E., Nekrasova L. (2014). Competitive strategy of the enterprise: essence and formation based on the assessment of the level of competitiveness. Economy: realities of time, No. 2(12), pp. 6–13.
20. Kotler Ph. (2012). Principles of marketing. URL: <https://nit-edu.org/wp-content/uploads/2021/09/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong.pdf>

Абрамович Мацей*доктор філософії**Інститут праці та соціальних досліджень у Варшаві, Польща***Abramowicz Maciej***PhD**Institute of Labour and Social Studies in Warsaw, Poland*

ORCID: 0000-0003-2416-6737

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8335

**ОПТИМІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ
УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА
OPTIMIZATION-INFORMATION MODEL OF ENTERPRISE
BUSINESS PROCESS MANAGEMENT**

Анотація. Метою дослідження є розробка оптимізаційно-інформаційної моделі управління бізнес-процесами підприємства в умовах ризику. Успіх діяльності будь-якого підприємства в умовах ризику безпосередньо визначається не тільки потенціалом, але й безпосередньо залежить від оптимізації і контролінгу бізнес-процесів на підприємстві. Виходячи із дослідження теорії і аналізу практики ведення бізнесу, встановлено, що сьогодні існують проблеми, які безпосередньо пов'язані з особливостями, економіко-математичним моделюванням та оптимізацією бізнес-процесів на підприємствах в умовах ризику. Зазначено, що процес оптимізації бізнес-процесів на підприємстві спрямований на підвищення потенціалу підприємства, а також на зростання прибутку. Прибуток як значення підсумкового результату господарювання – конкретна сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати (тобто перевищують суму витрат, здійснених у процесі господарської діяльності). За результатами проведеного дослідження представлено нову оптимізаційно-інформаційну модель управління бізнес-процесами підприємства, з допомогою якої встановлюються умови реалізації ефективного технологічного процесу з урахуванням критерію якості сталого розвитку та ризиків. Тут під технологічним процесом слід розуміти сукупність або систему певних операцій з використання сировини і матеріалів, технології і виготовлення готової продукції. З урахуванням функціоналу якості та обмежень на ризики, також розроблено нову оптимізаційно-інформаційну модель і новий підхід для оцінювання оптимальної кількості (обсягу) інформації, коефіцієнта надійності і оптимального прибутку, за умови реалізації ефективного технологічного процесу. Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі оцінювання ефективності бізнес-процесів і технологічного розвитку підприємств.

Ключові слова: підприємство, бізнес-процеси, система управління, оптимізаційна модель, витрати, прибуток, інформація, якість.

Summary. The purpose of the study is to develop an optimization-information model of enterprise business process management under conditions of risk. The success of any enterprise in conditions of risk is directly determined not only by potential, but also directly depends on the optimization and control of business processes at the enterprise. Based on the study of the theory and analysis of business practice, it was established that today there are problems that are directly related to the features, economic-mathematical modeling and optimization of business processes at enterprises in conditions of risk. It is noted that the process of optimizing business processes at the enterprise is aimed at increasing the potential of the enterprise, as well as at increasing profits. Profit as the value of the final result of business – the specific amount by which revenues exceed the costs associated with them (that is, exceed the amount of costs incurred in the process of economic activity). According to the results of the conducted research, a new optimization-information model of enterprise business process management is presented. With the help of this model, the conditions for the implementation of an effective technological process are established, taking into account the criterion of quality of sustainable development and risks. Here, the technological process should be understood as a set or system of certain operations on the use of raw materials and materials, technology and the manufacture of finished

products. Taking into account the quality functional and restrictions on risks, a new optimization-information model and a new approach have also been developed to assess the optimal amount (volume) of information, the reliability coefficient and the optimal profit, while implementing an effective technological process. It is advisable to carry out further research in the direction of evaluating the effectiveness of business processes and technological development of enterprises.

Key words: enterprise, business processes, management system, optimization model, costs, profit, information, quality.

Постановка проблеми. Успіх діяльності будь-якого підприємства в умовах ризику безпосередньо визначається не тільки потенціалом, але й безпосередньо залежить від оптимізації і контролінгу бізнес-процесів на підприємстві [1; 2]. Тут також необхідно відмітити, що «... процес оптимізації бізнес-процесів на підприємстві спрямований на підвищення потенціалу підприємства, що підвищить прибутковість організації» [2, с. 99], «... у межах управлінської діяльності та з метою покращення своєї діяльності підприємствам необхідно спрямувати свої дії на питання оптимізації бізнес-процесів» [2, с. 100].

Звідси очевидно, що зазначені вище аспекти потребують подальшого дослідження, особливо це стосується вдосконалення та оптимізації бізнес-процесів, які є одними із ключових аспектів в управлінні підприємством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З'ясовано, що деякі теоретичні, практичні аспекти цієї проблеми досліджували такі вчені-економісти та практики: Б. Безолук [1], І. Stets [2], S.P.F. Peters, R.M. Dijkman, P.W.P.J. Grefen [3], B. Khawla, B. Molnár [4], V. Kale [5], T. Graml, R. Bracht, M. Spies [6], В. Демиденко [7], Б. Демченко, Ж. Кудрицька [8], В. Гурова, А. Садекова [9], Р. Скриньковський, Г. Павловські, В. Воробйов [10], Г. Ткачук, Т. Біляк [11] та інші.

Поряд з тим, виходячи із теорії і практики, встановлено, що сьогодні існують деякі проблеми, які безпосередньо пов'язані з особливостями, економіко-математичним моделюванням та оптимізацією бізнес-процесів на підприємствах в умовах ризику. Все це обумовило не лише актуальність дослідження у цьому напрямі, але й важливість і доцільність.

Мета статті. Метою статті є запропонувати оптимізаційно-інформаційну модель управління бізнес-процесами підприємства в умовах ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, за результатами досліджень [12–20], коефіцієнт ефективності K_U , який певною мірою характеризує випуск продукції підприємства, подамо у вигляді таких 2-х складових: а) інформаційної складової K_G , а також б) інтегрального фактора K_T , від якого залежать умови ефективної реалізації

технологічного процесу. Технологічний процес — сукупність або система певних операцій з використання сировини і матеріалів, технології і виготовлення готової продукції [21–23].

$K_U = K_G + K_T$; $K_G = P_{INF}/E_C$, $K_T = P_{TSK} / E_C$, (1)
де P_{INF} , P_{TSK} — інформаційна та технологічна складові прибутку P_U ($P_U = P_{INF} + P_{TSK}$); E_C — витрати.

Рух інформації (будь-яких відомостей та/або даних) відбувається між 3-ма рівнями управління (інституційний рівень — управління вищої ланки, управлінський рівень — управління середньої ланки, технічний рівень — управління низової ланки [24; 25]) від вищих рівнів управління до нижчих і навпаки, між різними підрозділами і працівниками підприємства, між підприємством і зовнішнім середовищем [24; 26]. Такому руху інформації враховуючи інформацію у працях [24; 27; 28], відповідає залежність $P_{INF} = f(\Psi_F)$, де Ψ_F — обсяг інформації, яка включає витрати на пошук, відбір, обробку, збереження і передачу інформації з урахуванням ризиків R_p .

Основне співвідношення для оцінювання економічної ефективності інформаційного забезпечення технологічного процесу на підприємстві, враховуючи теорію [29–32] і практику ведення бізнесу, подаємо у вигляді оптимізаційного критерію для функціоналу якості $Q(M_J, M_F, M_{PZ}, R_p)$, який враховує умови сталого розвитку і підприємницькі ризики R_p :

$$Q(M_J, M_F, M_{PZ}, R_p) = \int_{t_0}^{t_k} f(\mu(t), \bar{y}, \bar{v}, \bar{w}) dt \Rightarrow opt, \quad (2)$$

де M_J — множина інформаційних потоків та факторів з урахуванням P_{INF} та Ψ_F ; M_F — множина фінансових потоків з урахуванням умов сталого розвитку; M_{PZ} — множина параметрів, які характеризують якість програмного забезпечення з урахуванням умов експлуатації; $f(\mu(t), \bar{y}, \bar{v}, \bar{w})$ — показник якості системи, що залежить від функції зростання надійності $\mu(t)$, а також від 3-х векторних величин, які характеризують зовнішні впливи $\bar{y}$, процедуру керувань та функціональність підприємства $\bar{v}$; відхилення (характеристики нестійкості) потоків та параметрів $\bar{w}$, які пов'язані з ризиками R_p ; $[t_0, t_k]$ — часовий діапазон, в якому усереднюємо показник якості [29–32].

У першому наближенні розглянемо у комплексі 3-и типи інформаційних та фінансових потоків. 1-й характеризує функціонування інформації між різними підрозділами і працівниками підприємства. Йому відповідає потік інформації J_1 та відповідний обсяг інформації Ψ_1 , який отримує підприємство. 2-му типу потоків (J_2) відповідає циркуляція інформації (Ψ_2) між рівнями управління підприємства (від вищих рівнів управління до нижчих і навпаки), що направлено на ефективне управління етапами технологічного процесу. 3-му типу (J_3) відповідає процедура керування матеріальними і фінансовими потоками із зовнішнього середовища підприємства (в умовах нестабільності, невизначеності, складності, неоднозначності і ризику [24; 33; 34]) та відповідний обсяг інформації Ψ_3 . Загальний обсяг інформації для підприємства: $\Psi_F = \Psi_1 + \Psi_2 + \Psi_3$.

Припустимо, враховуючи результати досліджень [12; 16; 21–23], що імовірність успішної реалізації і розвитку технологічного процесу дорівнює $p(J_1, J_2, J_3)$. За умови впливу динамічного оточення D_E імовірність успішної реалізації технологічного процесу дорівнює $p(P_{INF}/D_E)$. Тоді величину впливу динамічного оточення D_E на інноваційно-інформаційний технологічний процес у контексті фінансування позначимо $\Omega(P_{INF}/D_E)$. А величину $\Omega(P_{INF}/D_E)$, яка залежить від імовірностей $p(P_{INF})$ та $p(P_{INF}/D_E)$, а також відповідний зв'язок представимо у вигляді обмеження:

$$\Omega(P_{INF} / D_E) = 0,5\sqrt{M_S / M_D + M_D / M_S - 2}, \quad (3)$$

де $M_S = p(P_{INF}/D_E) \times (1 - p(P_{INF}))$;

$$M_D = p(P_{INF}) \times (1 - p(P_{INF}/D_E)).$$

Якщо витрати на протидію ризикам W_s ($s = 1, 2, \dots, n$), то вони приводять до фінансових змін $U(W_s)$ для кожної компоненти відповідно. Тоді, враховуючи співвідношення (2), можна записати співвідношення (4), яке дозволяє оптимізувати протидію ризикам:

$$\sum_i \left[\left(\Delta(P_{INF_i} / D_E) - \sum_s \Delta(P_{INF_i} / W_s) \right) \times U(W_i) + \sum_s U(W_s) \right] \Rightarrow \min. \quad (4)$$

Тут $\Delta(P_{INF_i}/D_E)$, $\Delta(P_{INF_i}/W_s)$ компоненти відхилень прибутку P_{INF_i} , зміна яких відображається символом Δ при обмеженнях (5):

$$\sum_i \sum_s U(W_s) \leq R_N, \quad (5)$$

де R_N — граничні кошти, виділені на протидію ризикам.

Сутність, види, методи оцінки та шляхи зниження підприємницьких ризиків представлено у працях [32; 33; 35], а у праці [36] розкриті теоретичні аспекти, які стосуються причин, наслідків та управління підприємницькими ризиками. Тут варто погодитися з твердженням про те, що «для оцінювання підприємницького ризику доцільно використовувати експертні методи, розрахунково-аналітичні методи, статистичні методи, методи аналогій, методи аналізу доцільності витрат» [32, с. 2021].

Таким чином, в результаті управлінської і економічної діагностики діяльності, дослідження операцій, економіко-математичного моделювання, враховуючи існуючі ідеї і положення у працях [1–37], розроблено нову оптимізаційно-інформаційну модель управління бізнес-процесами підприємства, з допомогою якої визначаємо і встановлюємо умови реалізації ефективного технологічного процесу з урахуванням критерію якості сталого розвитку та ризиків.

Також з урахуванням функціоналу якості (2) та обмежень на ризики (4), (5) розроблено нову оптимізаційно-інформаційну модель і новий підхід (1)–(5) для оцінювання оптимальної кількості інформації (Ψ_F), коефіцієнта надійності і оптимального прибутку $P_{INF} \Rightarrow P_{INF(opt)}$, які є характеристиками можливих параметрів продукції [16]: економічних, технічних, споживчих.

Для визначення оптимальної кількості (обсягу) інформації $\Psi_F \Rightarrow \Psi_{opt}$, а також відповідних значень ризику $R_p(P_{INF})$ та прибутку $P_{INF(opt)}$ використаємо співвідношення (1)–(5) і отримаємо у першому наближенні деяку функціональну залежність для оптимального значення кількості (обсягу) інформації, а саме:

$$\Psi_{opt} = f(P_{INF(opt)}, P_U, \Omega(P_{INF}/D_E), J_1, J_2, J_3). \quad (6)$$

Таке значення Ψ_{opt} відповідає умовам сталого розвитку підприємства за умови заданих обмежень на ризики R_p та прибуток P_U .

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження, враховуючи ідеї і положення у працях [1–37], розроблено нову оптимізаційно-інформаційну модель управління бізнес-процесами підприємства, з допомогою якої встановлюються умови реалізації ефективного технологічного процесу з урахуванням критерію якості сталого розвитку та ризиків. Тут під технологічним процесом слід розуміти сукупність або систему певних операцій з використання сировини і матеріалів, технології і виготовлення готової продукції. З урахуванням функціоналу якості та обмежень на ризики розроблено нову

оптимізаційно-інформаційну модель і новий підхід для оцінювання оптимальної кількості (обсягу) інформації, коефіцієнта надійності і оптимального прибутку, за умови реалізації ефективного технологічного процесу. Прибуток як значення підсумкового результату господарювання — конкрет-

на сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати (тобто перевищують суму витрат, здійснених у процесі господарської діяльності).

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі оцінювання ефективності бізнес-процесів і технологічного розвитку підприємств.

Література

1. Безолюк Б.Б. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика, економічна суть та їх оптимізація // Приазовський економічний вісник. 2019. № 6(17). С. 97–100. doi: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-18>
2. Stets I. Identification of business processes of an enterprise // Market Infrastructure. 2019. № 33. P. 233–240. doi: <https://doi.org/10.32843/infrastructure33-35>
3. Peters S.P.F., Dijkman R.M., Grefen P.W.P.J. Resource Optimization in Business Processes // 2021 IEEE 25th International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC). 2021. doi: <https://doi.org/10.1109/edoc52215.2021.00021>
4. Khawla B., Molnár B. A Survey on Dynamic Business Processes and Dynamic Business Processes Modelling // Proceedings of the 21st International Conference on Enterprise Information Systems. 2019. doi: <https://doi.org/10.5220/0007627105560563>
5. Kale V. Characteristics of Business Processes // Enterprise Process Management Systems. 2018. P. 25–44. doi: <https://doi.org/10.1201/9780429453311-2>
6. Graml T., Bracht R., Spies M. Patterns of business rules to enable agile business processes // Enterprise Information Systems. 2008. № 2(4). P. 385–402. doi: <https://doi.org/10.1080/17517570802245441>
7. Демиденко В.В. Управління бізнес-процесами як складова процесного підходу до управління підприємством // Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4517>
8. Демченко Б.А., Кудрицька Ж.В. Особливості оптимізації бізнес-процесів на підприємствах України // Причорноморські економічні студії. 2017. № 23. С. 71–74.
9. Гурова В.О., Садекова А.І. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві в умовах кризи // Український журнал прикладної економіки. 2016. Т. 1. № 1. С. 75–82.
10. Скриньковський Р.М., Павловські Г., Воробйов В.В. Діагностика ефективності контролінгу бізнес-процесів підприємства // Бізнес Інформ. 2016. № 8. С. 154–159.
11. Ткачук Г.Ю., Біляк Т.О. Оптимізація основних та допоміжних бізнес-процесів у бізнес-моделі сучасного виробничого підприємства // Економіка та держава. 2022. № 2. С. 125–128. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.2.125>
12. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
13. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія / за заг. ред. А.Е. Воронкової. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 448 с.
14. Малярець Л.М., Штереверя А.В. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 188 с.
15. Костирко Л.А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства: монографія. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків: Фактор, 2008. 336 с.
16. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
17. Кривов'язюк І.В., Божидарнік Т.В. Комплексна економічна діагностика підприємства: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2012. 226 с.
18. Кривов'язюк І.В. Функціонування та розвиток підприємств в умовах кризи: системно-аналітичний підхід: монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2012. 392 с.
19. Пономаренко В.С., Мінухін С.В., Знахур С.В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

20. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
21. Медведєва Н. А., Радько О. В., Науменко Н. О. Процесно-орієнтоване та функціональне моделювання технологічних процесів машинобудівного підприємства // Стандартизація. Сертифікація. Якість. 2016. № 4. С. 34–40.
22. Сорочак О. З., Рачинська Г. В. Сучасні підходи до оцінювання ефективності технологічного процесу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 668. С. 408–412.
23. Рачинська Г. В., Лісовська Л. С. Оцінювання рівня технологічного розвитку підприємств // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 698. С. 277–281.
24. Кузьмін О. Є. Сучасний менеджмент. Львів: «Центр Європи», 1995. 176 с.
25. Mescon M. H., Albert M., Khedouri F. Management. New York: Harper & Row, 1988. 777 p.
26. Петькун С. М. Комунікація у процесі управління підприємством // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. № 3. С. 24–31.
27. Скриньковський Р. М., Максимчук Я. С., Харук К. Б. Діагностика економічної стійкості підприємства і роль інформації та комунікації в контексті стійкості динамічної рівноваги, функціонування і розвитку // Проблеми економіки. 2015. № 3. С. 162–168.
28. Нога І. М., Скриньковський Р. М., Павловські Г. Діагностика ефективності застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами // Бізнес Інформ. 2016. № 9. С. 241–245.
29. Тиркало Ю. Є. Економіко-математична модель оптимізації інформаційного забезпечення системи управління підприємством в контексті сталого розвитку // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8330>
30. Погребняк А. Т., Абрамович М., Ковальчук Ю. І., Крамар М. О. Економіко-математична модель оцінки якості управління підприємствами // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Вип. 34. С. 158–163. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7261370>
31. Tyrkalo Y. Monitoring Risk Management in the System of Values of Sustainable Development of a Construction Company // Path of Science. 2022. Vol. 8(5). P. 5008–5018. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.81-12>
32. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // Path of Science. 2021. Vol. 7(12), P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
33. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // Studies of Applied Economics. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
34. Скриньковський Р. М., Павловські Г., Воробйов В. В. Діагностика відповідності конкурентної стратегії підприємства стану зовнішнього середовища // Бізнес Інформ. 2016. № 10. С. 371–376.
35. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
36. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // Path of Science. 2022. Vol. 8(1). P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>
37. Павлова В. А., Паршина О. А. Управління бізнес-процесами підприємства з використанням сучасних аналітичних технологій // Академічний огляд. 2017. № 1. С. 54–61.

References

1. Bezoliuk B. B. Biznes-protsezy pidpryemstva: zahalna kharakterystyka, ekonomichna sut ta yikh optymizatsiia // Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk. 2019. № 6(17). S. 97–100. doi: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-18>
2. Stets I. Identification of business processes of an enterprise // Market Infrastructure. 2019. № 33. P. 233–240. doi: <https://doi.org/10.32843/infrastructure33-35>
3. Peters S. P. F., Dijkman R. M., Grefen P. W. P. J. Resource Optimization in Business Processes // 2021 IEEE 25th International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC). 2021. doi: <https://doi.org/10.1109/edoc52215.2021.00021>
4. Khawla B., Molnár B. A Survey on Dynamic Business Processes and Dynamic Business Processes Modelling // Proceedings of the 21st International Conference on Enterprise Information Systems. 2019. doi: <https://doi.org/10.5220/0007627105560563>
5. Kale V. Characteristics of Business Processes // Enterprise Process Management Systems. 2018. P. 25–44. doi: <https://doi.org/10.1201/9780429453311-2>

6. Graml T., Bracht R., Spies M. Patterns of business rules to enable agile business processes // *Enterprise Information Systems*. 2008. № 2(4). P. 385–402. doi: <https://doi.org/10.1080/17517570802245441>
7. Demydenko V.V. Upravlinnia biznes-protsesamy yak skladova protsesnoho pidkhotu do upravlinnia pidpriemstvom // *Efektivna ekonomika*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4517>
8. Demchenko B.A., Kudrytska Z.V. Osoblyvosti optymizatsii biznes-protsesiv na pidpriemstvakh Ukrainy // *Prychornomorski ekonomichni studii*. 2017. № 23. S. 71–74.
9. Hurova V.O., Sadekova A.I. Optymizatsiia biznes-protsesiv na pidpriemstvi v umovakh kryzy // *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*. 2016. T. 1. № 1. S. 75–82.
10. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G., Vorobiov V.V. Diahnostyka efektyvnosti kontrolinhu biznes-protsesiv pidpriemstva // *Biznes Inform*. 2016. № 8. S. 154–159.
11. Tkachuk H.Y., Biliak T.O. Optymizatsiia osnovnykh ta dopomizhnykh biznes-protsesiv u biznes-modeli suchasnoho vyrobnychoho pidpriemstva // *Ekonomika ta derzhava*. 2022. № 2. S. 125–128. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.2.125>
12. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform*. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
13. Diahnostyka stanu pidpriemstva: teoriia i praktyka: monohrafiia / za zah. red. A.E. Voronkovi. Kharkiv: VD «INZhEK», 2006. 448 s.
14. Maliarets L.M., Shtereveria A.V. Zbalansovana systema pokaznykiv v otsyntsi diialnosti pidpriemstva: monohrafiia. Kharkiv: Vyd. KhNEU, 2008. 188 s.
15. Kostyrko L.A. Diahnostyka potentsialu finansovo-ekonomichnoi stiikosti pidpriemstva: monohrafiia. 2-he vyd., pererob. i dop. Kharkiv: Faktor, 2008. 336 s.
16. Melnyk O.H. Systemy diahnostyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsii ta instrumentarii: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.
17. Kryvoviazuk I.V., Bozhydarnik T.V. Kompleksna ekonomichna diahnostyka pidpriemstva: monohrafiia. Luts: RVV Lutskoho NTU, 2012. 226 s.
18. Kryvoviazuk I.V. Funktsionuvannia ta rozvytok pidpriemstv v umovakh kryzy: systemno-analitychnyi pidkhid: monohrafiia. Luts: LNTU, 2012. 392 s.
19. Ponomarenko V.S., Minukhin S.V., Znakhur S.V. Teoriia ta praktyka modeliuvannia biznes-protsesiv: monohrafiia. Kharkiv: Vyd. KhNEU, 2013. 244 s.
20. Pawlowski G. Rozvytok systemy upravlinskoi diahnostyky pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskiy universytet biznesu ta prava. Lviv, 2017. 20 s.
21. Miedviedieva N.A., Radko O.V., Naumenko N.O. Protsesto-orientovane ta funktsionalne modeliuvannia tekhnolohichnykh protsesiv mashynobudivnoho pidpriemstva // *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist*. 2016. № 4. S. 34–40.
22. Sorochak O.Z., Rachynska H.V. Suchasni pidkhody do otsiniuvannia efektyvnosti tekhnolohichnoho protsesu // *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. 2010. № 668. S. 408–412.
23. Rachynska H.V., Lisovska L.S. Otsiniuvannia rivnia tekhnolohichnoho rozvytku pidpriemstv // *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. 2011. № 698. S. 277–281.
24. Kuzmin O. Ye. Suchasnyi menedzhment. Lviv: «Tsentr Yevropy», 1995. 176 c.
25. Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. Management. New York: Harper & Row, 1988. 777 p.
26. Petkun S.M. Komunikatsiia u protsesi upravlinnia pidpriemstvom // *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. 2016. № 3. S. 24–31.
27. Skrynkovskyy R.M., Maksymchuk Y.S., Kharuk K.B. Diahnostyka ekonomichnoi stiikosti pidpriemstva i rol informatsii ta komunikatsii v konteksti stiikosti dynamichnoi rivnovahy, funktsionuvannia i rozvytku // *Problemy ekonomiky*. 2015. № 3. S. 162–168.
28. Noha I.M., Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G. Diahnostyka efektyvnosti zastosuvannia informatsiinykh tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvamy // *Biznes Inform*. 2016. № 9. S. 241–245.
29. Tyrkalo Y.Y. Ekonomiko-matematychna model optymizatsii informatsiinoho zabezpechennia systemy upravlinnia pidpriemstvom v konteksti staloho rozvytku // *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. Seria: «Ekonomichni nauky». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8330>
30. Pohrebniak A.T., Abramowicz M., Kovalchuk Y.I., Kramar M.O. Ekonomiko-matematychna model otsinky yakosti upravlinnia pidpriemstvamy // *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava*. Seria ekonomichna. Seria yurydychna. 2022. Vyp. 34. S. 158–163. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7261370>

31. Tyrkalo Y. Monitoring Risk Management in the System of Values of Sustainable Development of a Construction Company // *Path of Science*. 2022. Vol. 8(5). P. 5008–5018. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.81-12>
32. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7(12), P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
33. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics*. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
34. Skrynkovskyy R. M., Pawlowski G., Vorobiov V. V. Diahnostyka vidpovidnosti konkurentnoi stratehii pidpriemstva stanu zovnishnoho seredovyshcha // *Biznes Inform*. 2016. № 10. S. 371–376.
35. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
36. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // *Path of Science*. 2022. Vol. 8(1). P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>
37. Pavlova V. A., Parshyna O. A. Upravlinnia biznes-protsesamy pidpriemstva z vykorystanniam suchasnykh analitychnykh tekhnolohii // *Akademichnyi ohliad*. 2017. № 1. S. 54–61.

Погребняк Андрій Тарасович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Pohrebniak Andrii
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-8270-0793

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8334

МОДЕЛЬ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

MODEL OF INTEGRATED ASSESSMENT OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Анотація. Об'єктом дослідження є особливості формування, використання та удосконалення моделі інтегральної оцінки економічного потенціалу підприємства відповідно до сучасних економічних умов і змін. Успіх діяльності будь-якого підприємства в умовах невизначеності і ризику безпосередньо залежать від різноманітних факторів впливу та визначається потенціалом, оцінка якого є необхідною на всіх рівнях підготовки та прийняття управлінського рішення, з метою розширення інформаційної бази в межах системи менеджменту. Практика свідчить про наявність теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з формуванням і використанням прикладних механізмів оцінювання економічного потенціалу підприємств на засадах дослідження операцій і економічної діагностики, на основі застосування економіко-математичного моделювання. Зазначено, що під економічним потенціалом підприємства доцільно розуміти можливості, ресурси, запаси, засоби підприємства, що використовуються і/або можуть бути використані для досягнення цілей (стратегічних чи тактичних) підприємства. А модель інтегральної оцінки ефективності використання і зростання потенціалу підприємства базується на системі оцінювання ефективності функціонування його складових у фінансово-економічній, виробничій та комерційній сфері, на основі параметрів (показників) з урахуванням пріоритетів, критеріальних значень і функції корисності. За результатами проведеного дослідження запропоновано удосконалену багатокритеріальну модель інтегральної оцінки потенціалу підприємства з використанням адитивної функції корисності, яка, на відміну від існуючих, дає можливість не тільки розрахувати інтегральний показник потенціалу підприємства, оцінювати і проводити моніторинг потенціалу підприємства, а й дозволяє певною мірою порівнювати між собою конкуруючі підприємства. Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення шляхів ефективного використання і зростання потенціалу підприємства.

Ключові слова: підприємство, економічний потенціал, менеджмент, цілі підприємства, функція корисності, ресурси, прибуток.

Summary. The object of the research is the peculiarities of the formation, use and improvement of the model of integral assessment of the economic potential of the enterprise in accordance with modern economic conditions and changes. The success of any enterprise in conditions of uncertainty and risk directly depends on various influencing factors and is determined by the potential, the assessment of which is necessary at all levels of preparation and management decision-making, in order to expand the information base within the management system. Practice shows the presence of theoretical and practical problems related to the formation and use of applied mechanisms for assessing the economic potential of enterprises on the basis of operations research and economic diagnostics, and based on the application of economic and mathematical modeling. It is noted that under the economic potential of the enterprise it is appropriate to understand the capabilities, resources, stocks, means of the enterprise that are used and/or can be used to achieve the goals (strategic or tactical) of the enterprise. And the model of integrated evaluation of the efficiency of the use and growth of the enterprise's potential is based on the system of evaluation of the effectiveness of the functioning of its components in the financial-economic, production and commercial sphere, based

on parameters (indicators) taking into account priorities, criterion values and the utility function. According to the results of the conducted research, an improved multi-criteria model of the integral assessment of the enterprise potential using the additive utility function is proposed, which, unlike the existing ones, makes it possible not only to calculate the integral indicator of the enterprise potential, to evaluate and monitor the enterprise potential, but also allows to some extent to compare with each other competing enterprises. It is advisable to carry out further research in the direction of determining the ways of effective use and growth of the enterprise's potential.

Key words: enterprise, economic potential, management, enterprise goals, utility function, resources, profit.

Постановка проблеми. Успіх діяльності будь-якого підприємства в умовах невизначеності і ризику безпосередньо залежать від різноманітних факторів впливу і визначається потенціалом, оцінка якого є необхідною на всіх рівнях підготовки та прийняття управлінського рішення. Водночас тут необхідно зазначити, що «... існуючі методики оцінки економічного потенціалу підприємства мають свої позитивні та негативні сторони, що відповідним чином впливають на якість кінцевого результату» [1, с. 22].

Отже, ці аспекти потребують подальшого дослідження, а також вдосконалення відповідно до сучасних економічних умов і змін, з метою розширення інформаційної бази в межах системи менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі теоретичні і практичні питання цієї проблеми розглянуто у працях таких дослідників та практиків, як Y.G. Bakhadirkhodjaevna [2], O.I. Gonchar [3], I. Krawczyk-Sokolowska, A. Piersceniak, W. Caputa [4], V. Tytykalo [5], O.Y. Yemelyanov, O.B. Kurylo, T.O. Petrushka [6], I.A. Ажаман, М.В. Гронська, Н.В. Пуціна [7], М.М. Захаренко [8], С.П. Кобець, О.М. Ващенко [9], О.В. Степанова, С.В. Степанов [10], Р.М. Скриньковський, Л.І. Сопільник, С.І. Цюх [11] та інші.

Поряд з тим, виходячи з понять «потенціал», «потенціал підприємства» і «оцінювання економічного потенціалу підприємства», практика свідчить про наявність теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з формуванням і використанням прикладних механізмів оцінювання економічного потенціалу підприємств на засадах дослідження операцій і економічної діагностики, на основі застосування економіко-математичного моделювання. Все це обумовило актуальність і важливість дослідження у цьому напрямі.

Мета статті. Метою статті є формування теоретичних положень та розроблення практичних рекомендацій з удосконалення моделі інтегральної оцінки економічного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, потенціал підприємства [11–16] — це можливості,

ресурси (фінансові, трудові, матеріальні, енергетичні тощо [13]), запаси, засоби підприємства, що використовуються і/або можуть бути використані для досягнення цілей (стратегічних чи тактичних) підприємства [11; 12]. Чим вищий рівень економічного потенціалу у підприємства, тим більші можливості до забезпечення розвитку він має [11; 14–16].

Для оцінки потенціалу підприємства, враховуючи принципи, концепції та методи оцінки економічного потенціалу [1], інформацію у праці [10], доцільно використовувати адитивну функцію корисності.

Як відомо, економічний потенціал будь-якого підприємства залежить від різних факторів впливу (зовнішнього середовища, його внутрішніх змінних), де кожний фактор впливу (або ціль) залежить від n показників і може приймати різні значення [1; 10; 11; 12; 17–20].

Так, виходячи із дослідження операцій [10; 20], ці фактори впливу позначимо буквою S , у вигляді вектора V можна представити значення фактора впливу (цілі). Водночас, в даному випадку, передбачається досягнення не однієї, а декількох локальних цілей, кожна з яких породжує локальний критерій V_{ij}^s , що характеризує ступінь її досягнення. Індекс i належить певній множині I_s , $\overline{I_s}$ — множина індексів, відповідних критеріїв S -го показника, причому $i = \overline{I_s}, m_s$; індекс j належить певній множині індексів, відповідних варіантів S -го показника [10; 20].

Сукупність досягнення поставлених перспективних цілей (у взаємозв'язку із такими внутрішніми змінними, як структура, завдання, технологія і працівники [17]), при врахуванні S -го показника, може бути оцінена вектором критеріїв V_j^s . Загальну характеристику досягнення цілі можна представити критерієм V_j^s , враховуючи інформацію у праці [10], а саме:

$$V_j^s = (V_{1j}^s, V_{2j}^s, V_{3j}^s, \dots, V_{mj}^s, R_p), \quad R_p = Zb / M \quad (1)$$

де V_{ij}^s — локальний критерій S -го показника; i — номер показника; j — номер варіанту S -го показника; R_p — вектор ризиків; Zb — максимальний

розмір прогнозованих збитків; M — власні засоби підприємства.

Загальну характеристику впливу факторів на потенціал підприємства рекомендується представити векторним критерієм V_j аналогічно як у праці [10], враховуючи результати досліджень [1; 11; 12; 15; 19], а саме:

$$V_j = (V_j^1, V_j^2, V_j^3, \dots, V_j^n, R_p). \quad (2)$$

Векторні критерії (1) та (2), враховуючи інформацію у праці [20], досить важко піддаються оптимізації. Тому ці критерії (1) та (2) доцільно замінити такими скалярними оцінками (3) і (4):

$$W_{ij}^s(x_j) = .$$

$$= F_1(V_{1j}^s(x_j), V_{2j}^s(x_j), V_{3j}^s(x_j), \dots, V_{mj}^s(x_j), R_p), \quad (3)$$

$$W^S(x_j) =$$

$$= F_2(W_{1j}^s(x_j), W_{2j}^s(x_j), W_{3j}^s(x_j), \dots, W_{mj}^s(x_j), R_p) \quad (4)$$

Тут x_j — j -й варіант S -го показника. Функції F_1 і F_2 є функціями багатокритеріальної корисності, а саме [11; 12; 15; 19; 21–27]:

- 1) функція F_1 стосується підвищення ефективності (результативності), а також захисту (зміцнення) досягнутого результату;
- 2) функція F_2 стосується трансформаційних бізнес-процесів в нове і розвиток або в удосконалення існуючого.

Тоді функцію корисності (адитивна) для інтегральної оцінки потенціалу підприємства можна описати такою формулою (аналогічно як у праці [10]):

$$W(x_j) = \sum_{j=1}^S \lambda_s W^s(x_j) \quad (5)$$

де $W^s(x_j)$ — функція корисності оцінки S -го показника; λ_s — коефіцієнт вагомості для S -го показника. Коефіцієнти вагомості S -го показника визначаємо за допомогою методу експертних оцінок.

Модель інтегральної оцінки ефективності використання і зростання потенціалу підприємства базується на системі оцінювання ефективності функціонування його складових у фінансово-економічній, виробничій та комерційній сфері, на основі параметрів (показників) з урахуванням пріоритетів, критеріальних значень і функції корисності [10; 11; 12; 19; 28].

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження, враховуючи деякі ідеї і положення у працях [1–28], запропоновано удосконалену багатокритеріальну модель інтегральної оцінки потенціалу підприємства (1)–(5) з використанням адитивної функції корисності $W(x_j)$, яка, на відміну від існуючих, дає можливість не тільки розрахувати інтегральний показник потенціалу підприємства, оцінювати і проводити моніторинг потенціалу підприємства, а й дозволяє певною мірою порівнювати між собою конкуруючі підприємства. Під економічним потенціалом підприємства доцільно розуміти можливості, ресурси, запаси, засоби підприємства, що використовуються і/або можуть бути використані для досягнення цілей (стратегічних чи тактичних) підприємства.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення шляхів ефективного, результативного використання і зростання потенціалу підприємства.

Література

1. Маслак О.І., Безручко О.О. Особливості оцінювання економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань // Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1. С. 121–127.
2. Bakhadirkhodjaevna Y.G. The role of competitive potential in strengthening the economic potential of the enterprise // ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. 2022. № 12(4). P. 627–632. doi: <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2022.00324.x>
3. Gonchar O.I. Management of the potential of an enterprise on the basis of graph-analytical models // Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 2(2(10)). P. 61–65. doi: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2\(10\)-61-65](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-61-65)
4. Krawczyk-Sokolowska I., Piersceniak A., Caputa W. The innovation potential of the enterprise in the context of the economy and the business model // Review of Managerial Science. 2019. № 15(1). P. 103–124. doi: <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00374-z>
5. Tytykalo V. Process management of enterprise development in the context of economic potential improvement // Economics, Management and Administration in the Coordinates of Sustainable Development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. P. 635–648. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-34>

6. Yemelyanov O.Y., Kurylo O.B., Petrushka T.O. Metodologikal principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // Scientific bulletin of Polissia. 2018. № 1(2(14)). P. 141–149. doi: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-1-2\(14\)-141-149](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-1-2(14)-141-149)
7. Ажаман І.А., Гронська М.В., Пуціна Н.В. Практичні аспекти оцінки економічного потенціалу підприємства // Ефективна економіка. 2020. № 4. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.7>
8. Захаренко М.М. Організаційно-економічні засади формування системи управління потенціалом підприємства // Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 23. С. 88–93. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.23.88>
9. Кобець С.П., Ващенко О.М. Методичний підхід до оцінки економічного потенціалу підприємства // Ефективна економіка. 2021. № 6. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.78>
10. Степанова О.В., Степанов С.В. Модель інтегральної оцінки потенціалу підприємства // Математичне моделювання процесів в економіці та управлінні проектами і програмами (ММП-2018): Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кoblevo, 10–14 вересня 2018 р.). Харків: ХНУРЕ, 2018. С. 140–143.
11. Skrynkovsky R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
12. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна діагностика та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
13. Скриньковський Р.М. Діагностика використання трудових, матеріальних, фінансових та енергетичних ресурсів підприємства як інструмент управління елементами його виробничо-господарської діяльності // Проблеми економіки. 2015. № 1. С. 249–254.
14. Погребняк А.Т., Пилипенко І.М., Батьковець Н.О., Абрамович М., Павленчик А.О., Русин-Гриник Р.Р. Оцінювання ефективності управління потенціалом підприємств е-бізнесу // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 11. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8331>
15. Скриньковський Р.М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно-інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності // Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 186–193.
16. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Діагностика потенціалу підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 1. С. 155–166.
17. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. Львів: «Центр Європи», 1995. 176 с.
18. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovsky R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // Studies of Applied Economics. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
19. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
20. Карагодова О.О., Кігель В.Р., Рожок В.Д. Дослідження операцій. К.: Центр учбової літератури, 2007. 256 с.
21. Алієв Р.А. Сутність поняття «потенціал підприємства» та його складники // Підприємництво та інновації. 2019. Вип. 9. С. 54–59. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/9.8>
22. Вакалюк В.А. Інноваційний потенціал сучасного підприємства: структура та оцінка // Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 4(15). С. 72–78. doi: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-12>
23. Дурбалова Н., Новічков В., Кожевнікова В. Формування механізму інноваційного розвитку підприємства // Наукові Перспективи. 2021. № 9(15). С. 272–284. doi: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-272-284](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-272-284)
24. Тиркало Ю.Є. Економіко-математична модель оптимізації інформаційного забезпечення системи управління підприємством в контексті сталого розвитку // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8330>
25. Погребняк А.Т., Абрамович М., Ковальчук Ю.І., Крамар М.О. Економіко-математична модель оцінки якості управління підприємствами // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Вип. 34. С. 158–163. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7261370>
26. Скриньковський Р.М., Павловські Г., Костюк Н.Р., Коропецький О.О. Діагностика факторів інноваційного розвитку підприємства // Проблеми економіки. 2017. № 1. С. 250–257.
27. Абрамович М., Пилипенко І.М., Погребняк А.Т., Князь С.В., Русин-Гриник Р.Р., Ковальчук Ю.І. Визначення факторів впливу на систему управління інноваціями підприємств сфери е-бізнесу // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8314>

28. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>

References

1. Maslak O.I., Bezruchko O.O. Osoblyvosti otsiniuvannia ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva v umovakh tsyklichnykh kolyvan // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. 2013. Vyp. 1. S. 121–127.
2. Bakhadirkhodjaevna Y.G. The role of competitive potential in strengthening the economic potential of the enterprise // ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. 2022. № 12(4). P. 627–632. doi: <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2022.00324.x>
3. Gonchar O.I. Management of the potential of an enterprise on the basis of graph-analytical models // Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 2(2(10)). P. 61–65. doi: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2\(10\)-61-65](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-61-65)
4. Krawczyk-Sokolowska I., Piersceniak A., Caputa W. The innovation potential of the enterprise in the context of the economy and the business model // Review of Managerial Science. 2019. № 15(1). P. 103–124. doi: <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00374-z>
5. Tytykalo V. Process management of enterprise development in the context of economic potential improvement // Economics, Management and Administration in the Coordinates of Sustainable Development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. P. 635–648. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-34>
6. Yemelyanov O.Y., Kurylo O.B., Petrushka T.O. Metodologikal principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // Scientific bulletin of Polissia. 2018. № 1(2(14)). P. 141–149. doi: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-1-2\(14\)-141-149](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-1-2(14)-141-149)
7. Azhaman I.A., Hronska M.V., Pushchina N.V. Praktychni aspekty otsinky ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva // Efektyvna ekonomika. 2020. № 4. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.7>
8. Zakharenko M.M. Orhanizatsiino-ekonomichni zasady formuvannia systemy upravlinnia potentsialom pidpriemstva // Investytsii: praktyka ta dosvid. 2018. № 23. S. 88–93. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.23.88>
9. Kobets S.P., Vashchenko O.M. Metodychnyi pidkhid do otsinky ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva // Efektyvna ekonomika. 2021. № 6. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.78>
10. Stepanova O.V., Stepanov S.V. Model intehralnoi otsinky potentsialu pidpriemstva // Matematychni modeliuvannia protsesiv v ekonomitsi ta upravlinni proektamy i prohramamy (MMP-2018): Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (m. Koblevo, 10–14 veresnia 2018 r.). Kharkiv: KhNURE, 2018. S. 140–143.
11. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
12. Melnyk O.H. Systemy diahnostryky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna diahnostryka ta instrumentarii: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.
13. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka vykorystannia trudovykh, materialnykh, finansovykh ta enerhetychnykh resursiv pidpriemstva yak instrument upravlinnia elementamy yoho vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti // Problemy ekonomiky. 2015. № 1. S. 249–254.
14. Pohrebniak A.T., Pylypenko I.M., Batkovets N.O., Abramowicz M., Pavlenchuk A.O., Rusyn-Hrynyk R.R. Otsiniuvannia efektyvnosti upravlinnia potentsialom pidpriemstv e-biznesu // Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriya: «Ekonomichni nauky». 2022. № 11. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8331>
15. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka finansovoho, vyrobnychoho, trudovoho, sotsialno-ekonomichnoho ta innovatsiino-investytsiinoho potentsialiv i analiz potentsiinykh ryzykiv pidpriemstva v umovakh nevyznachenosti // Problemy ekonomiky. 2015. № 2. S. 186–193.
16. Kuzmin O.Y., Melnyk O.H. Diahnostryka potentsialu pidpriemstva // Marketynh i menedzhment innovatsii. 2011. № 1. S. 155–166.
17. Kuzmin O.Y. Suchasnyi menedzhment. Lviv: «Tsentr Yevropy», 1995. 176 s.
18. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // Studies of Applied Economics. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
19. Pawlowski G. Rozvytok systemy upravlinskoi diahnostryky pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskiy universytet biznesu ta prava. Lviv, 2017. 20 s.

20. Karahodova O.O., Kihel V.R., Rozhok V.D. Doslidzhennia operatsii. K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 256 s.
21. Aliiev R.A. Sutnist poniattia «potentsial pidpriemstva» ta yoho skladnyky // Pidpriemnytstvo ta innovatsii. 2019. Vyp. 9. S. 54–59. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/9.8>
22. Vakaliuk V.A. Innovatsiinyi potentsial suchasnoho pidpriemstva: struktura ta otsinka // Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk. 2019. Vyp. 4(15). S. 72–78. doi: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-12>
23. Durbalova N., Novichkov V., Kozhevnikova V. Formuvannia mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva // Naukovi Perspektyvy. 2021. № 9(15). S. 272–284. doi: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-272-284](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-272-284)
24. Tyrkalo Y.Y. Ekonomiko-matematychna model optymizatsii informatsiinoho zabezpechennia systemy upravlinnia pidpriemstvom v konteksti staloho rozvytku // Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriia: «Ekonomichni nauky». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8330>
25. Pohrebniak A.T., Abramowicz M., Kovalchuk Y.I., Kramar M.O. Ekonomiko-matematychna model otsinky yakosti upravlinnia pidpriemstvamy // Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seriia ekonomichna. Seriia yurydychna. 2022. Vyp. 34. S. 158–163. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7261370>
26. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G., Kostyuk N.R., Koropetskyi O.O. Diahnostyka faktoriv innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva // Problemy ekonomiky. 2017. № 1. S. 250–257.
27. Abramowicz M., Pylypenko I.M., Pohrebniak A.T., Kniaz S.V., Rusyn-Hrynyk R. R., Kovalchuk Y.I. Vyznachennia faktoriv vplyvu na systemu upravlinnia innovatsiiamy pidpriemstv sfery e-biznesu // Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriia: «Ekonomichni nauky». 2022. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-10-8314>
28. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>

Русин-Гриник Роман Романович

доктор філософії, доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

Rusyn-Hrynyk Roman

PhD, Associate Professor

Lviv Polytechnic National University

ORCID: 0000-0003-2895-6437

Павловські Гжегож

кандидат економічних наук

Zaklad Handlowo-Uslugowy BHP, Польща

Pawlowski Grzegorz

PhD in Economics

Zaklad Handlowo-Uslugowy BHP, Poland

ORCID: 0000-0002-7733-0732

Павленчик Наталія Федорівна

доктор економічних наук, професор

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

Pavlenchuk Nataliia

D. Sc. (Economics), Professor

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyj

ORCID: 0000-0001-6164-5644

Пилипенко Іов Миколайович

аспірант

Національного університету «Львівська політехніка»

Pylypenko Iov

Postgraduate Student of the

Lviv Polytechnic National University

ORCID: 0000-0002-8367-5278

Батьковець Наталія Олегівна

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

Batkovets Nataliia

PhD in Economics, Associate Professor

Lviv Polytechnic National University

ORCID: 0000-0003-3003-5039

Куриліна Оксана Василівна

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського

Kurilina Oksana

PhD in Economics, Associate Professor

National Defence University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskyi

ORCID: 0000-0002-8813-4243

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8376

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ Е-БІЗНЕСУ

CLUSTERING OF FACTORS INFLUENCING MANAGERIAL DECISIONS-MAKING OF E-BUSINESS ENTERPRISES

Анотація. Для забезпечення розвитку підприємств е-бізнесу постає важливість отримання достовірної і повної інформації, яка безпосередньо торкається аспектів про значущість факторів, які впливають на якість, ефективність і загалом на процес прийняття управлінських рішень, а також стосується питань щодо ефективного керування фінансово-господарською діяльністю підприємства в умовах невизначеності і ризику. У статті зроблено спробу теоретично обґрунтувати поняття «кластер», і відповідно доведено, що не існує єдиного поняття. Зазначено, що кластери стають інноваційним механізмом міжорганізаційних контактів, що дозволяє налагоджувати ефективну і результативну кооперацію, погоджувати бізнес-плани бізнес-структур (підприємств е-бізнесу), що здійснюють різні види економічної діяльності в умовах сьогодення. Представлено етапи і методи проведення кластеризації факторів, які впливають на прийняття управлінських рішень підприємств е-бізнесу. Доведено, що для більш зрозумілого і ефективного отримання результатів та рішень необхідно вихідні дані записувати у вигляді матриці спостережень. Побудова матриці відбувається із внесенням всіх факторів, які впливають на прийняття якісних і ефективних управлінських рішень, особливо в умовах невизначеності і ризику щодо досягнення цілей фінансово-господарської діяльності підприємств е-бізнесу. Побудовані кластери факторів, які впливають на прийняття управлінських рішень щодо досягнення цілей ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства е-бізнесу вимагають перманентного моніторингу на предмет їхнього уточнення і доповнення, особливо в періоди переходу розвитку економіки з однієї в іншу фазу, а також внаслідок процесів реорганізації і реструктуризації підприємств.

Ключові слова: підприємство, кластери, е-бізнес, фактори впливу, управлінські рішення.

Summary. To ensure the development of e-business enterprises, it is important to obtain reliable and complete information, which directly touches on aspects of the importance of factors that affect the quality, efficiency and, in general, the process of managerial decisions-making, and also concerns issues, related to the effective management of the financial-economic activities of the enterprise in conditions of uncertainty and risk. In the article attempts to theoretically substantiate the concept of «cluster», and accordingly, it is proved that there is no single concept. It is noted that clusters become an innovative mechanism of inter-organizational contacts, which allows establishing efficient and effective cooperation, agreeing business plans of business structures (e-business enterprises) that carry out various types of economic activity in today's conditions. Stages and methods of clustering factors that influence managerial decisions-making of e-business enterprises are presented. It has been proved that for more accurate and efficient obtaining of results and decisions, it is necessary to record the initial data in the form of a matrix of observations. The construction of the matrix takes place with the introduction of all factors that affect the adoption of high-quality and effective managerial decisions-making, especially in conditions of uncertainty and risk regarding the achievement of the goals of the financial-economic activity of e-business enterprises. The constructed clusters of factors influencing the adoption of managerial decisions-making to achieve the goals of effective financial-economic activity of an e-business enterprise require permanent monitoring for their clarification and supplementation, especially during periods of transition of economic development from one phase to another, as well as as a result of the processes of reorganization and restructuring of enterprises.

Key words: enterprise, clusters, e-business, influencing factors, managerial decisions.

Постановка проблеми. Важливим етапом розвитку будь-якого підприємства е-бізнесу є його ефективність та успішність в умовах невизначеності і ризику [1–5]. У ХХІ ст. підприємства е-бізнесу переважно зорієнтовані на виробництво наукомісткої продукції, яка стає все більш конкурентоздатною

на ринку. Станом на сьогодні підприємства, які були створені за принципом піраміди зазнають краху, але це, враховуючи думку експертів, не вважається провалом чи невдачею діяльності, а розцінюється як певний позитивний досвід. В таких умовах важливим також є те, що починають ство-

рюватися підприємства, які випускають товари та організовані за принципом мережових структур, тобто кластерів. Кластеризацію почали розглядати як процес створення певних однорідних мережових структур, які мають на меті не тільки сформувати певні конкурентні переваги, а й забезпечити швидке економічне зростання [6–8]. Водночас слід зазначити, що поява кластерів позитивно вплинула на підвищення економічної діяльності підприємств через успішне використання факторів виробництва та сприяння взаємозв'язку, взаємодоповнюваності бізнес-процесів у виконанні різних видів діяльності учасниками кластерів. Саме це стало поштовхом для економічного зростання підприємств.

Звідси очевидно, що вищезазначені аспекти є досить актуальними і важливими, а також потребують подальшого дослідження, особливо це стосується такого питання, як кластеризація факторів, що впливають на прийняття управлінських рішень підприємств е-бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати аналізу останніх досліджень і наукової літератури, зокрема [1; 6–10], дає можливість стверджувати, що питанням розвитку підприємств і різним поглядам на кластеризацію як на нові та інноваційні бізнес-процеси приділено досить багато уваги. Так, деякі аспекти у цьому напрямі, які заслуговують на особливу увагу, розглянуто в працях таких дослідників, як F. R. Johansen, S. Kerndrup, G. Andersson, S. Rubach [8], O. Farat, M. Bets [9], Ю. Федотова [10], С. Соколенко [11], М. Портер [12], А. Жигір [13], В. Бахрушин [14], Н. Георгіаді, С. Князь, Р. Вільгуцька [15], О. Якушева [16], С. Синиця, О. Вакун [17], В. Писарькова, Н. Науменко [18], С. Лапач, А. Чубенко, П. Бабич [19] та інші. Водночас, визнаючи вагомий науково-практичний внесок дослідників у цій сфері, з'ясовано, що в науковій літературі не існує єдиного визначення поняття «кластер» та сталої класифікації етапів проведення кластеризації факторів впливу на прийняття управлінських рішень. Також потребують більш глибокого вивчення методи кластеризації, оскільки їх вибір і застосування істотно впливає на результати та подальші рішення у цьому напрямі і стосуються фінансово-господарської діяльності підприємства е-бізнесу.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування поняття «кластер», визначення етапів і методів проведення кластеризації факторів, які впливають на прийняття управлінських рішень підприємств е-бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою передумовою для забезпечення роз-

витку підприємств е-бізнесу постає важливість отримання достовірної і повної інформації, яка безпосередньо торкається аспектів про значущість факторів, які впливають на якість, ефективність і загалом на процес прийняття управлінських рішень, а також стосується питань щодо ефективного керування фінансово-господарською діяльністю підприємства в умовах як зовнішніх, так і внутрішніх змін, невизначеності і ризику. Тут важливе значення на практиці має: прозорість та зрозумілість, ризикоорієнтованість, фокус на клієнта. В контексті цього з'ясовано, що для того, щоб правильно визначити характер зв'язків, які виникають між факторами та між умовами вирішення задачі (факторами) і її результатами (прийнятим рішенням), слід провести кластерний аналіз.

Сьогодні у енциклопедичній, науковій та навчальній літературі існує значне різноманіття поглядів на визначення таких понять, як «кластер» та «кластерний аналіз».

Так, основоположником кластерної концепції розвитку є М. Портер [12], який вважає, що кластер являє собою географічно близьку групу взаємопов'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, в тій чи іншій області (в певному виді бізнесу), які пов'язані спільністю напрямків діяльності і взаємодоповнюваністю, тобто доповнюють один одного. Окрім того, тут варто погодитися з думкою М. Портера [12] про те, що саме кластеризація створює основу і є стимулятором припливу інвестицій у певну галузь, допомагає підприємствам ставати гнучкими, мобільними та швидше і краще пристосовуватися до змін.

Також заслуговує на увагу праця С. Соколенка [11], в якій зазначено, що під кластером, який розглядається детонатором творчої активності і інноваційності, слід розуміти територіальне об'єднання взаємозв'язаних підприємств різних галузей в межах відповідних промислових регіонів, що спрямовують свою діяльність і результати на виробництво конкурентної продукції світового рівня.

З огляду на вищезазначене, враховуючи результати досліджень [6–9; 13], можна стверджувати, що кластери стають інноваційним механізмом міжорганізаційних контактів, що дозволяє налагоджувати ефективну і результативну кооперацію, погоджувати бізнес-плани бізнес-структур (підприємств е-бізнесу), що здійснюють різні види економічної діяльності в умовах сьогодення. В контексті цього А. Жигір [13] зазначає, що «... кластери виступають і як форум, у рамках якого ведеться діалог між діловими, урядовими та науковими

колами про шляхи розвитку конкурентних переваг в рамках регіону, країни» [13, с. 39].

Проведення кластерного аналізу слід проводити, виділивши такі 4-и етапи, а саме: 1) формування вихідних даних і відомостей, які потрібні для здійснення кластерного аналізу; 2) вибір ефективного методу кластерного аналізу; 3) утворення кластерів; 4) оптимальне вираження, оформлення отриманих рішень і результатів кластерного аналізу.

Відповідно до перелічених етапів і мети необхідно визначити підхід та сформувані класифікацію методів кластерного аналізу. Більш вдалу спробу класифікації методів аналізу даних (кластерного аналізу) здійснив В. Бахрушин [14, с. 170], який виділив такі методи: ієрархічні методи, ітеративні методи групування, алгоритми типу розрізування графа.

Щоб визначити послідовність проведення кластерного аналізу факторів, які впливають на інноваційність управління підприємства е-бізнесу, доцільно визначити напрямки застосування кластеризації певних об'єктів під час дослідження проблем управління. Тому розглянемо різні наукові твердження у цьому напрямі.

Так, Н. Георгіаді, С. Князь та Р. Вільгуцька Р. [15] стверджують, що «для вивчення зв'язків між факторами доцільно скористатись інструментарієм кластерного аналізу, зокрема методом куль, який передбачає групування факторів на основі встановлення ізоморфної подібності між ними» [15, с. 22]. Відповідно до цього керівники підприємств е-бізнесу можуть приймати певні управлінські рішення, які базуються на врегулюванні дії одного або декількох із досліджуваних факторів, що безпосередньо впливають на формування структури системи управління підприємством. Управлінські рішення можуть впливати на фактори, які входять в ланцюжок, оскільки всі ці фактори пов'язані лінійними або опосередкованими зв'язками. Рішення можна класифікувати за такими ознаками [16]: за тривалістю дії (перспективні, поточні); за сферою охоплення (загальні, які стосуються всього підприємства; часткові, які стосуються конкретних підрозділів чи проблем); за рівнем прийняття (відповідно до рівнів управління, тобто — на вищому, середньому чи на нижчому рівні управління); за характером вирішуваних завдань чи проблем (організаційні запрограмовані, організаційні незапрограмовані, компромісні рішення); за способом прийняття (одноособові, колегіальні, колективні). При прийнятті рішень, спрямованих на реалізацію цілей управління, важливо врахувати середовище прийняття рішення, а також інформаційні обме-

ження, які впливають на цей процес, особливо в умовах невизначеності та ризику [1; 5; 16–19].

У свою чергу О. Якушева [20] для кластерного аналізу використовує метод k -середніх у регіональній моделі формування засад економічного розвитку малого й середнього бізнесу в регіонах України, а також зазначає що «для проведення кластеризації постає необхідність визначення оптимальної кількості кластерів, які будуть найефективнішими для цієї кількості об'єктів з однаковими інтервалами розвитку» [20, с. 148]. Також тут позитивним є те, що автор [20] представив результати кластеризації, а також у результаті кластерного аналізу виділив кластери із активними регіонами, які мають привабливий потенціал для розвитку.

Водночас С. Синиця і О. Вакун [21] запропонували використовувати кластерний аналіз за допомогою ієрархічних агломеративних методів, що дозволяє виявити основні напрями адаптивного коригування стратегічних нормативів економічного розвитку регіонів.

Поряд з тим, В. Писарькова та Н. Науменко [22] наголошують, що «кластерний аналіз є потужним засобом розвідувального аналізу і статистичних досліджень у будь-якій предметній області» [22, с. 67], «кластерний аналіз дозволяє виявити проблемні ситуації і намітити шляхи їх вирішення» [22, с. 68].

За результатами дослідження літератури, зокрема праць [18; 19; 23], з'ясовано, що для проведення кластеризації факторів доцільно застосувати метод куль, використовуючи при цьому пакет прикладних програм Microsoft Office, зокрема Microsoft Excel (табличний процесор).

В контексті цього, враховуючи інформацію у працях [19; 23], можна стверджувати, підтримуючи деякі ідеї і результати дослідження А. Щебеля [19], що С. Лапач, А. Чубенко та П. Бабич [23] досить вдало запропонували алгоритм, за допомогою якого відбувається кластеризація факторів. Цей алгоритм містить такі етапи, а саме [23]:

Етап 1 — Формування вихідної матриці даних;

Етап 2 — Побудова матриці ізоморфних відстаней (тут відбувається групування факторів за ознакою структурної подібності).

Ізоморфне групування виконується за формулою:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_{i=1}^n X_{ij}}{\sum_{j=1}^m \frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^n X_{ij}}}, \quad (1)$$

де X_{ij} — значення j -ї ознаки для i -го об'єкта.

Ізоморфну відстань між об'єктами доцільно визначати за допомогою евклідової метрики. Це обумовлено тим, оскільки компоненти вектора спостережень є однорідними з погляду змістової інтерпретації, а також однаково важливими для класифікації. Тут рекомендується така формула для розрахунку [23]:

$$d_{ik} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (Z_{ij} - Z_{kj})^2}. \quad (2)$$

Етап 3 — Здійснюється вибір критичної точки на основі матриці ізоморфних відстаней, яка дозволяє розподілити досліджувані фактори на окремі групи. Цю точку визначають за формулою [23]:

$$C_l(p) = \frac{1}{K} \sum_{l=1}^G \sum_{p=1}^{P_l} C_l(p), \quad (3)$$

де $C_l(p) = \min_{q \in g_l} C_{ll}(p, q)$, $p = 1, 2, \dots, P_l$, $K = \sum_{l=1}^G P_l$;

$C_{ll}(p, q)$ — відстань між факторами p і q , які належать до l -го кластера; $C_l(p)$ — відстань між фактора p до сусіднього фактора в кластері l ; G — кількість кластерів; P_l — кількість факторів в кластері l .

Етап 4 — Ідентифікування кластерів;

Етап 5 — На основі ізоморфних відстаней формування ланцюжків факторів, а також побудова матриці міжланцюжкових відстаней;

Етап 6 — Побудова дендриту на основі даних і відомостей, отриманих на етапі 5 [19; 23].

Для більш зрозумілого і ефективного отримання результатів та рішень необхідно вихідні дані записувати у вигляді матриці спостережень. Відповідно до побудови матриці рекомендується записувати значення всіх факторів, які впливають на прийняття якісних і ефективних управлінських рішень, особливо в умовах невизначеності і ризику щодо досягнення цілей фінансово-господарської діяльності підприємств е-бізнесу.

Що стосується оцінювання важливості факторів впливу, то тут необхідно врахувати відповіді респондентів, які працюють у даній сфері понад три роки та займають посаду топ-менеджера. Отримані результати оцінювання слід розгляда-

ти як реалізацію деякої випадкової величини із множини допустимих оцінок. Тут рекомендується використати методи математичної статистики. Ефективний вибір, а також застосування одного із обраних статистичних методів забезпечить визначення найбільш узгодженої групової оцінки, належний рівень узгодженості думок експертів, статистичну значущість отриманих результатів і рішення за ними.

Висновки. За результатами проведеного дослідження, враховуючи окремі ідеї і положення у працях [1–29], можна стверджувати, що для забезпечення розвитку підприємств е-бізнесу постає важливість отримання достовірної і повної інформації, яка безпосередньо торкається аспектів про значущість факторів, які впливають на якість та ефективність прийняття управлінських рішень, а також стосується питань щодо ефективного керування фінансово-господарською діяльністю підприємства в умовах невизначеності та ризику. В загальній множині факторів, які впливають на інноваційність управління підприємства е-бізнесу, доцільно визначити напрямки застосування кластеризації певних об'єктів під час дослідження проблем управління. Щоб правильно визначити характер зв'язків, які виникають між факторами та між умовами вирішення задачі (факторами) і її результатами (прийнятим рішенням), слід провести кластерний аналіз. Кластерний аналіз дозволяє виявити проблемні аспекти і намітити шляхи їх вирішення. Управлінські рішення можуть впливати на фактори, що є досить важливим аспектом при виборі оптимального (найкращого) варіанту управлінського рішення з ряду альтернативних. При прийнятті рішень, спрямованих на реалізацію цілей управління, важливо врахувати середовище прийняття рішення, а також інформаційні обмеження, які впливають на цей процес. Побудовані кластери факторів, які впливають на прийняття управлінських рішень щодо досягнення цілей фінансово-господарської діяльності підприємства е-бізнесу вимагають перманентного моніторингу на предмет їхнього уточнення і доповнення, особливо в періоди переходу розвитку економіки з однієї в іншу фазу, а також внаслідок процесів реорганізації і реструктуризації підприємств.

Література

1. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform.* 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
2. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2022. Vol. 8(1). P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
3. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering.* 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
4. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics.* 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
5. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
6. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Farat O., Skrynkovskyy R., Martyniuk V. Methodical approach to the selection of options for ensuring competitiveness of enterprises in the system of development of agricultural clusters // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2021. Vol. 7(1). P. 192–210. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.10>
7. Фарат О.В. Теоретико-методологічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємницьких структур на засадах розвитку інноваційних кластерів: монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. С.В. Князя; Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 223 с.
8. Johansen F. R., Kerndrup S., Andersson G., Rubach S. A view of clustering as emergent and innovative processes // *Industry and Innovation.* 2020. Vol. 27(4). P. 390–419. doi: <https://doi.org/10.1080/13662716.2020.1718618>
9. Farat O., Bets M. Formation of the information support for the entities of management by the development of innovation clusters // *Baltic Journal of Economic Studies.* 2018. Vol. 4(2). P. 249–253. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-249-253>
10. Федотова Ю.В. Досвід та перспективи функціонування кластерних структур в економіці України // *Ефективна економіка.* 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3961> (дата доступу: 09.11.2022).
11. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці. Київ: Логос, 2004. 848 с.
12. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
13. Жигирь А.А. Формування кластерів, як світова тенденція, пошуку шляхів підвищення ефективності підприємницької діяльності // *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 22. С. 38–41.
14. Бахрушин В.Є. Методи аналізу даних. Запоріжжя: КПУ, 2011. 268 с.
15. Георгіаді Н.Г., Князь С.В., Вільгуцька Р.Б. Фактори, які впливають на формування і використання організаційних структур управління підприємствами // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2013. № 767. С. 17–25.
16. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. Львів: «Центр Європи», 1995. 176 с.
17. Шегда А.В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику // *Теоретичні та прикладні питання економіки.* 2011. Вип 26. С. 5–13.
18. Щебель А.І. Управління потенціалом підприємства в системі координат організаційного розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. 2020. Львів. 20 с.
19. Щебель А. Кластерний аналіз факторів, які впливають на раціональності управління потенціалом підприємства // *ЛОГОС. ONLINE.* 2020. № 9. doi: <https://doi.org/10.36074/2663-4139.09.09>
20. Якушева О.В. Методичні підходи до оцінки економічного розвитку малого й середнього бізнесу в регіонах України // *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки.* 2017. Вип. 33. С. 145–152.
21. Синиця С.М., Вакун О.В. Кластеризація регіонів за рівнем економічного потенціалу // *Економіка і суспільство.* 2017. № 12. С. 776–784.
22. Писарькова В.Р., Науменко Н.Ю. Підходи кластерного аналізу до оцінки фінансово-економічної діяльності підприємств // *Комп'ютерне моделювання: аналіз, управління, оптимізація.* 2019. № 1(5). С. 63–69. doi: <http://dx.doi.org/10.32434/2521-6406-2019-5-1-63-69>

23. Лапач С.Н., Чубенко А.В., Бабич П.Н. Статистика в науке и бизнесе. Киев: Морион, 2002. 640 с.
24. Скриньковський Р.М., Павловські Г. Діагностика в системі менеджменту підприємства // Проблеми економіки. 2016. № 3. С. 199–205.
25. Скриньковський Р.М. Система діагностики виробничої діяльності підприємства з урахуванням науково-технічного та інноваційного розвитку // Економіка та держава. 2015. № 5. С. 51–53.
26. Скриньковський Р.М., Ключак О.В. Діагностика рівня готовності підприємства до здійснення інноваційної стратегії // Бізнес Інформ. 2016. № 7. С. 96–101.
27. Скриньковський Р.М., Павловські Г., Костюк Н.Р., Коропецький О.О. Діагностика факторів інноваційного розвитку підприємства // Проблеми економіки. 2017. № 1. С. 250–257.
28. Kniaz S., Farat O., Bochko O., Stoianovskiy A. et al. Review and analysis of cluster development theories as an economic and managerial phenomenon // Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), (Seville, 1–12 April 2020). P. 1250–1256.
29. Kniaz S., Farat O., Merezko N., Kozhushko L. et al. Managing the Competitiveness of Innovation Clusters // Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), (Seville, 1–12 April 2020). P. 1257–1262.

References

1. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
2. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2022. Vol. 8(1). P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
3. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
4. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // Studies of Applied Economics. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
5. Pawlowski G. Rozvytok systemy upravlynskoj diahnostryky pidpryemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskiy universytet biznesu ta prava. Lviv, 2017. 20 s.
6. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Farat O., Skrynkovskyy R., Martyniuk V. Methodical approach to the selection of options for ensuring competitiveness of enterprises in the system of development of agricultural clusters // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2021. Vol. 7(1). P. 192–210. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.10>
7. Farat O.V. Teoretyko-metodolohichni osnovy zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpryemnytskykh struktur na zasadaakh rozvytku innovatsiinykh klasteriv: monohrafiia / Za red. d-ra ekon. nauk, prof. S.V. Kniazia; Nats. un-t «Lvivska politekhnika». Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2019. 223 s.
8. Johansen F.R., Kerndrup S., Andersson G., Rubach S. A view of clustering as emergent and innovative processes // Industry and Innovation. 2020. Vol. 27(4). P. 390–419. doi: <https://doi.org/10.1080/13662716.2020.1718618>
9. Farat O., Bets M. Formation of the information support for the entities of management by the development of innovation clusters // Baltic Journal of Economic Studies. 2018. Vol. 4(2). P. 249–253. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-249-253>
10. Fedotova Yu.V. Dosvid ta perspektyvy funktsionuvannia klasternykh struktur v ekonomitsi Ukrainy // Efektyvna ekonomika. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3961> (data dostupu: 09.11.2022).
11. Sokolenko S.I. Klasteri v hlobalnii ekonomitsi. Kyiv: Lohos, 2004. 848 s.
12. Porter M. Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich vysokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost / per. s angl. Ye. Kalininoi. M.: Alpina Biznes Buks, 2005. 715 s.
13. Zhyhir A.A. Formuvannia klasteriv, yak svitova tendentsiia, poshuku shliakhiv pidvyshchennia efektyvnosti pidpryemnytskoi diialnosti // Investytsii: praktyka ta dosvid. 2015. № 22. S. 38–41.
14. Bakhrushyn V. Ye. Metody analizu danykh. Zaporizhzhia: KPU, 2011. 268 s.
15. Heorhiadi N.H., Kniaz S.V., Vilhutska R.B. Faktory, yaki vplyvaiut na formuvannia i vykorystannia orhanizatsiinykh struktur upravlinnia pidpryemstvamy // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Menedzhment ta pidpryemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. 2013. № 767. S. 17–25.

16. Kuzmin O. Ye. Suchasnyi menedzhment. Lviv: «Tsentr Yevropy», 1995. 176 s.
17. Shehda A.V. Pryiniattia upravlinskykh rishen v umovakh nevyznachenosti ta ryzyku // Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky. 2011. Vyp 26. S. 5–13.
18. Shchebel A.I. Upravlinnia potentsialom pidpriemstva v systemi koordynat orhanizatsiinoho rozvytku: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskyi universytet biznesu ta prava. 2020. Lviv. 20 s.
19. Shchebel A. Klasternyi analiz faktoriv, yaki vplyvaiut na ratsionalnosti upravlinnia potentsialom pidpriemstva // ΛΟΓΟΣ. ONLINE. 2020. № 9. doi: <https://doi.org/10.36074/2663-4139.09.09>
20. Yakusheva O.V. Metodychni pidkhody do otsinky ekonomichnoho rozvytku maloho y serednoho biznesu v rehionakh Ukrainy // Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. 2017. Vyp. 33. S. 145–152.
21. Synytsia S.M., Vakun O.V. Klasteryzatsiia rehioniv za rivnem ekonomichnoho potentsialu // Ekonomika i suspilstvo. 2017. № 12. S. 776–784.
22. Pysarkova V.R., Naumenko N. Yu. Pidkhody klasternoho analizu do otsinky finansovo-ekonomichnoi diialnosti pidpriemstv // Kompiuterne modeliuвання: analiz, upravlinnia, optymizatsiia. 2019. № 1(5). S. 63–69. doi: <http://dx.doi.org/10.32434/2521-6406-2019-5-1-63-69>
23. Lapach S.N., Chubenko A.V., Babich P.N. Statistika v nauke i biznese. Kiev: Morion, 2002. 640 s.
24. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G. Diahnostyka v systemi menedzhmentu pidpriemstva // Problemy ekonomiky. 2016. № 3. S. 199–205.
25. Skrynkovskyy R.M. Systema diahnostyky vyrobnychoi diialnosti pidpriemstva z urakhuvanniam naukovotekhnichnoho ta innovatsiinoho rozvytku // Ekonomika ta derzhava. 2015. № 5. S. 51–53.
26. Skrynkovskyy R.M., Kliuvak O.V. Diahnostyka rivnia hotovnosti pidpriemstva do zdiisnennia innovatsiinoi stratehii // Biznes Inform. 2016. № 7. S. 96–101.
27. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G., Kostiuk N.R., Koropetskyi O.O. Diahnostyka faktoriv innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva // Problemy ekonomiky. 2017. № 1. S. 250–257.
28. Kniaz S., Farat O., Bochko O., Stoianovskiy A. et al. Review and analysis of cluster development theories as an economic and managerial phenomenon // Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), (Seville, 1–12 April 2020). P. 1250–1256.
29. Kniaz S., Farat O., Merezhko N., Kozhushko L. et al. Managing the Competitiveness of Innovation Clusters // Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), (Seville, 1–12 April 2020). P. 1257–1262.

Verhun Larysa

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor of International Economic Relations Department
West Ukrainian National University*

Вергун Лариса Іванівна

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Західноукраїнський національний університет*
ORCID: 0000-0001-9882-7089

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8495

BUSINESS ETIQUETTE AS A TOOL FOR INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS STUDENTS' SOFT SKILL DEVELOPMENT

Summary. Business etiquette and protocol awareness help create an efficient business environment, which enhances productivity and cooperation. Successful application of business etiquette norms helps companies achieve a desirable result and implement a specific purpose. Furthermore, knowledge of cultural peculiarities and specific national etiquette features enables one to predict partners' reactions and attitudes to a business offer and overcome communication hindrances internationally. The paper elaborates on the significance of business etiquette and protocol for the development of the soft skills of the students of international economic relations programs. This research is relevant since the literature review revealed a need for more research on how business etiquette and protocol knowledge and skills affect competence in international economic relations. The analysis of the recent studies clearly showed the growing interest in the role of business etiquette and protocol in improving the soft skills of the students of economics and business programs; however, there needs to be more research in the international economic relations area. The paper's primary focus is the course program Business Etiquette and Protocol developed by the author; the course is intended for the fourth-year students of the international economic relations program of West Ukrainian National University. The course's main objective is to develop students' abilities and skills to communicate efficiently and provide professional activity in the field of international economic relations. This research informs the existing literature regarding the role of business etiquette and protocol in developing soft skills for future graduates of international economic relations and the need to include this subject in the curriculum. The prospect for further research is to specify which business etiquette skills the prospective employers expect to see from the graduates of international economic relations programs to meet the changing demand of the job market.

Key words: business etiquette and protocol, soft skills, international economic relations, business communication, intercultural communication.

Statement of the problem. International economic relations of Ukrainian companies develop rapidly. Companies expand and strengthen contacts with foreign partners. Recent tendencies show that business etiquette and protocol knowledge becomes essential to facilitate relationships with potential investors in Ukrainian business, enter the international business arena and establish long-term contacts. Norms and rules of conduct help create mutually beneficial, respectful, and harmonious relations in international business. Business etiquette and protocol are tools

used by business executives to build partnerships when creating international joint ventures and improve global economic ties. Hence, competence in business etiquette helps avoid potential business communication mistakes, and compliance with the rules of business etiquette and protocol confirms the partner's professionalism and serious approach to cooperation. The recent tendencies show that communicative competence and moral and ethical literacy in business relations are essential components of professionalism. Students rely on hard skills and

subject knowledge. However, they also must develop abilities to communicate and create a positive impression on business partners since mastering the basics of effective business culture communication is essential for productive cooperation in international economic relations. Students of international economic relations need knowledge of etiquette since it becomes one factor in maximizing profit and a tool for managing a business reputation internationally.

Analysis of recent research and publications. International business etiquette is a set of customs, rules, and norms of behavior both in the official and unofficial environment. Eyring and the American Society for Training and Development [6] postulated that business etiquette and protocol knowledge are essential nowadays. Furthermore, the study of Eyring [6] provided evidence that manners drive success in business [6, p. 1].

These studies resonated Nicolau et al. [16] research; the authors emphasized the importance of business etiquette for the business environment and concluded that training in business etiquette strengthens interpersonal business relationships. Finally, it is worth mentioning the scholarly publication of Bass [4]; the researcher stressed the importance of teaching business etiquette, arguing that it gives professionals a competitive advantage and helps improve productivity and efficiency.

Some researchers emphasized the significance of business etiquette and protocol as a part of the curriculum for economics students. For example, Hrehovč and Bednř [7] concluded that training programs for future entrepreneurs for international assignments should include business etiquette and other intercultural knowledge.

The qualitative research of Nicolau et al. [16] resonated with the previous study; the authors indicated the significance of etiquette knowledge and skills. Furthermore, the researchers underlined the undeniable benefit of such training, concluding that good practice with business etiquette improves interpersonal business relationships. Moreover, researchers McGuigan [14] and Mausehund et al. [13] stressed that the selection of resources for Business Etiquette classes should comply with students' needs.

Increasingly, researchers focus on the significance of intercultural aspects of business etiquette and protocol for the international business environment. For example, Kunkel [9], Okoro [17], Mukherjee and Ramos-Salazar [15], Hrehovč and Bednř [7], Islam [8], Lazorchak [11] and Krasnicjka [1; 2] indicated a definite interest in the topic and developed studies of intercultural etiquette issues.

Moreover, Mukherjee and Ramos-Salazar [15] concurred that cross-cultural business etiquette is essential for international managers and stressed the importance of training in universal competitiveness. The need to form universal human competence was raised at the World Economic Forum in Davos, where it was noted that due to rapid changes and the development of new technologies, people's values have changed.

The literature review indicated that researchers and practitioners in business etiquette conclude that business etiquette and protocol skills ensure the development of soft skills. Thus, Pamela Eyring, a director of the Protocol School of Washington, argued that "Learning about etiquette, practicing techniques, and putting them into action in a business setting will result in soft skills sure to improve your company's bottom line" [6, p. 1]. In addition, a multiple-case study by Dean and East [5] provided evidence that soft skills are of paramount importance [5, p. 17].

It is worth mentioning that Vandana Sharma [19] concluded that along with the field knowledge, the graduates are assessed on soft skills; the researcher stressed that soft skills increase the employability quotient of graduates [19]. Another study by Chiara Succi and Michaela Wieandt postulated that graduates lack soft skills. However, they stressed that soft skills increase individual employability [20]. Majid et al. provided evidence that "Soft skills are important for seeking jobs as well as for a productive, successful, and fulfilling career" [12, p. 7]. Against this background, Andrews and Higson [3] maintained that to meet the constantly changing demands of the job market; universities should provide students not only with hard business-related knowledge and skills but with soft skills as well [3, p. 420].

The literature provides evidence that business etiquette and soft skills are closely intertwined and interrelated.

Formulation of the purpose. The research aims to substantiate the need to create and improve professional culture via compliance with business etiquette rules for international economic relations students. The paper discusses the structure and design of the course Business Etiquette and Protocol intended for the fourth-year students of the international economic relations program of West Ukrainian National University developed by the author.

Research results. Knowledge of intercultural aspects of etiquette is essential for developing business ties and creating efficient business relations between Ukrainian and foreign companies. The

ability to behave correctly and adequately is one of the main components of the long-term success of a business person in the international arena. Furthermore, it is common knowledge that customers tend to respond positively to those who behave with courtesy, confidence, and reliability. Consequently, the skill to conduct conflict-free and productive processes is one of the essential qualities for those who want to succeed in the business nationally and internationally. Since such knowledge and skills provide confidence in a highly competitive international business environment, Business Etiquette and Protocol course was included in the international economic relations curriculum.

The course was developed for fourth-year students of international economic relations at West Ukrainian National University. It aims to develop students' comprehensive knowledge of national and international principles and rules of modern business protocol and etiquette and the ability to apply these principles and practices to run a global business effectively.

The main task of the Business Etiquette and Protocol course is to develop students' comprehensive knowledge about the principles and rules of modern business etiquette and protocol, its national peculiarities, and the ability to consider these principles and regulations for effective international economic activity. The course also aims to develop student's practical skills in establishing effective business relations with representatives of business circles globally.

The purpose of the course is also to teach students national and international principles and rules of modern business etiquette and protocol. Students should realize that compliance with these rules is essential to their business success. Additionally, taking national specifics into account helps prevent cultural conflicts and optimizes cooperation with foreign partners.

The course includes both general and specific aspects of business etiquette and protocol. However, it is worth mentioning that Business Etiquette and Protocol course was designed based on the six basic principles of business etiquette pointed out by Jan Yager [22]: be on time; be discreet; be courteous, pleasant, and positive; be concerned with others, not just yourself; dress appropriately; use proper written and spoken language [22, p. 9–16].

The course covers the issues of handshakes and business handshake mistakes; important etiquette and protocol rules of business card exchange; punctuality and time across cultures; gift-giving etiquette; professional business attire; business meals

and entertaining, etc. It is common knowledge that significant competence is the ability to communicate professionally and socially using professional terminology, including oral and written communication in Ukrainian and English. Consequently, business etiquette refers to the language culture as well. Language should always correspond to business partners' situation, culture, and professional level. Business language is characterized by brevity, accuracy, and clarity of thought; sayings, aphorisms, proverbs, and figurative comparisons are also appreciated. Hence, the art of small talk, telephone conversations, using humor, etc., are among the components of the course.

The syllabus includes cultural peculiarities of global gift-giving, equality, status, and social class. Since non-verbals (body language and non-verbal communication) play a significant role in business communication, gestures, colors, eye contact, facial expressions, paralanguage, posture, silence, smell, and their cultural meanings are a part of the course. These comply with the need to develop intercultural competence in this subject.

Special attention is paid to digital etiquette knowledge and skills to meet the digital trends of Industry 4.0 and the digitalization of economies. Thus, the course includes such digital etiquette aspects as the pros and cons of e-business cards, virtual meetings etiquette, smartphones and other devices in the office, social media etiquette, and email etiquette.

The Business Etiquette and Protocol course ensures students' knowledge of the main principles and rules of modern business protocol and etiquette, communication patterns used in formal and informal protocol situations, and etiquette and protocol rules for conducting business negotiations, meetings, discussions, receptions, etc. In addition, students should know the rules of language etiquette and peculiarities of non-verbal communication, communication and norms of behavior in various protocol situations, national exceptions of the business protocol, and national and international aspects of business etiquette.

After the completion of the course, international economic relations students are supposed to be able to meet and greet business partners according to the rules of etiquette, behave appropriately at business receptions, and use business cards for business communication. Last but not least, they should be able to organize official visits and business meetings with business partners, establish effective business relations with representatives of business circles

internationally, and interpret the communicative behavior of representatives of different cultures in various business protocol situations.

Therefore, the primary outcome of the course is students' awareness and skills in business protocol and business etiquette in the field of international economic relations, given the specifics of intercultural communication on professional and social levels in Ukrainian and English. Students should know that business etiquette principles and rules open up business opportunities via mutually beneficial communication with potential partners. In contrast, violation of business etiquette requirements results in deteriorating business relationships. They need to consider that etiquette is one of the components of a business image, and it is vital to demonstrate respect for other employees, management, and company partners; experienced business partners always pay attention to the ethics of business cooperation. A good behavior style is of great importance in today's business environment. A friendly and polite attitude toward others is a significant constituent of an employee's professional image and is appreciated in business situations. Consequently, the knowledge students receive after completing this course becomes essential to their personal success and the company's success internationally.

Insights from this study and prospects for further research. One of the priority issues in the modern international business environment is the ability to cooperate to find common ground with business partners. Increasingly, Ukrainian business persons have to interact globally; this is a strong impetus to develop international contacts, which needs business etiquette and protocol knowledge and skills. Business etiquette and protocol are an integral part of

efficient business cooperation and essential for improving and further developing international business relations. Thus, compliance with the principles of business etiquette makes it possible to maintain the decency and prestige of the company and contributes to creating a good communication process and psychological climate that affects a successful solution and lays the foundation for mutually beneficial business relations in the future. Therefore, universities should respond to the need and include business etiquette in the curriculum.

The recent decade indicated a definite interest of researchers in business etiquette skills; however, the literature review revealed the paucity of scholarly sources on the issue of business etiquette and protocol for the students of international economic relations programs. Therefore, this study urges a more specific approach to the problem, which is developing knowledge and skills in business etiquette and protocol for the students of international economic relations. For this purpose, a Business Etiquette and Protocol course for the fourth-year students of West Ukrainian National University was developed. The course aims to develop skills for productive interpersonal interaction and constructive cooperation in international business environments. In addition, to comply with the trends of digitalization of economies, a considerable part of the course is devoted to digital aspects of business protocol.

The study prospects for further research are to investigate the needs and expectations the prospective employers have from the graduates of international economic relations programs concerning business etiquette skills. This will help improve the program to comply with the changing demand of the uncertain job market conditions.

Literature

1. Красніцька Г. М. Етикет у міжнародних ділових стосунках. Гілея: науковий вісник. 2016. Вип. 108. С. 147–149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_108_38
2. Красніцька Г. М. Етично-ділові стосунки бізнесменів. Молодий вчений. 2016. № 4. С. 310–313. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_78
3. Andrews J., Higson H. Graduate employability, soft skills versus hard skills business knowledge: A European study. *Higher Education in Europe*, 33(4). 2008. P. 411–422. doi: 10.1080/0379772802522627
4. Bass A. N. From Business Dining to Public Speaking: Tips for Acquiring Professional Presence and its Role in the Business Curricula. *American Journal of Business Education (AJBE)*. 2010. 3(2). P. 57–64. doi: <https://doi.org/10.19030/ajbe.v3i2.385>
5. Dean S., East J. Soft Skills Needed for the 21st-Century Workforce. *International Journal of Applied Management and Technology. IJAMT*. 2019. 18.1.02.
6. Eyring P. American Society for Training and Development. Mind your business manners: Business skills. Alexandria, VA: American Society for Training & Development/ASTD Press. 2008.

7. Hrehová D., Bednár M. Business etiquette as a decisive criterion for entrepreneurship in the global labor market. Proceedings of the 11th MAC 2017. Prague: MAC Prague consulting. 2017. P. 171–182. ISBN 978-80-88085-16-4
8. Islam T. Practices of Cross-Cultural Etiquette and Communication in Global Business — A Conceptual Analysis on Managing Corporate Expansion: A Review Study. J Bus Fin. 2017. Aff 6: 280. doi: 10.4172/2167-0234.1000280
9. Kunkel L.M. International Business Etiquette and Manners. The Key Differences in Practice between the USA and Japan and their Effects upon Communication and Working Relationships. Munich, GRIN Verlag. 2008. URL: <https://www.grin.com/document/140518>
10. Lazear E.P. The Economics of Professional Etiquette: Discussion. American Economic Review. American Economic Association. 1993. Vol. 83(2). P. 1–44.
11. Lazorchak S.A. Business Protocol and Etiquette: Preparing Students for the Global Business Environment. Journal of Family and Consumer Sciences: From Research to Practice. 2000. V. 92, No. 1. P. 100–03.
12. Majid S., Eapen C.M., Ei M.A., Oo K.T. The Importance of Soft Skills for Employability and Career Development: Students and Employers' Perspectives. IUP Journal of Soft Skills. 2019. Vol. 13, Iss. 4. P. 7–39.
13. Mausehund J., Neil Dortch R., Brown P., Bridges C. Business Etiquette: What Your Students Don't Know. Business Communication Quarterly. 1995. 58(4). P. 34–38. doi: <https://doi.org/10.1177/108056999505800407>
14. McGuigan G.S. When in Rome: A Rationale and Selection of Resources in International Business Etiquette and Intercultural Communication. Reference & User Services Quarterly. 2002. 41(3). P. 220–227. URL: <http://www.jstor.org/stable/41241116>
15. Mukherjee S., Ramos-Salazar L. “Excuse us, your manners are missing!” The role of business etiquette in today's cross-cultural communication. TSM Business Review. 2014. 2(1). P. 18–24.
16. Nicolau C., Alsati K., Herîanu A. Using Business Etiquette Nowadays. Qualitative Research on Business Phoning, Emailing and Meetings. Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Ovidius University of Constantza, Faculty of Economic Sciences. 2017. Vol. 0(2). P. 444–448.
17. Okoro E. Cross-Cultural Etiquette and Communication in Global Business: Toward a Strategic Framework for Managing Corporate Expansion. International Journal of Biometrics. 2012. 7. P. 130.
18. Schislyaeva E.R., Saychenko O.A. Labor Market Soft Skills in the Context of Digitalization of the Economy. Social Sciences. 2022. 11(3). P. 91. doi: <https://doi.org/10.3390/socsci11030091>
19. Sharma V. Soft Skills: An Employability Enabler. IUP Journal of Soft Skills; Hyderabad. 2018. Vol. 12. Iss. 2. P. 25–32.
20. Succi C., Wieandt M. Walk the talk: soft skills' assessment of graduates. European Journal of Management and Business Economics. 2019. Vol. 28 No. 2. P. 114–125. doi: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-01-2019-0011>
21. World Economic Forum. The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution, Geneva. 2016.
22. Yager J. Business Protocol: How to Survive and Succeed in Business, Second Edition. Hannacroix Creek Books. 2001.
23. Verhun L. Business protocol and etiquette as a component of the international economic relations curriculum. Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід: тези доп. XIV Міжнар. наук.-практ. конф. молод. учених і студ. Тернопіль: ЗУНУ. 2021. С. 176–178.

References

1. Krasnitska H.M. Etyket u mizhnarodnykh dilovykh stosunkakh. Hileia: naukovyi visnyk. 2016. Vyp. 108. S.147–149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_108_38
2. Krasnitska H.M. Etychno-dilovi stosunky biznesmeniv. Molodyi vchenyi. 2016. № 4. S. 310–313. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_78
3. Andrews J., Higson H. Graduate employability, soft skills versus hard skills business knowledge: A European study. Higher Education in Europe, 33(4). 2008. P. 411–422. doi: 10.1080/0379772802522627
4. Bass A.N. From Business Dining to Public Speaking: Tips for Acquiring Professional Presence and its Role in the Business Curricula. American Journal of Business Education (AJBE). 2010. 3(2). P. 57–64. doi: <https://doi.org/10.19030/ajbe.v3i2.385>
5. Dean S., East J. Soft Skills Needed for the 21st-Century Workforce. International Journal of Applied Management and Technology. IJAMT. 2019. 18.1.02.
6. Eyring P. American Society for Training and Development. Mind your business manners: Business skills. Alexandria, VA: American Society for Training & Development/ASTD Press. 2008.

7. Hrehová D., Bednár M. Business etiquette as a decisive criterion for entrepreneurship in the global labor market. *Proceedings of the 11th MAC 2017*. Prague: MAC Prague consulting. 2017. P. 171–182. ISBN 978-80-88085-16-4
8. Islam T. Practices of Cross-Cultural Etiquette and Communication in Global Business — A Conceptual Analysis on Managing Corporate Expansion: A Review Study. *J Bus Fin.* 2017. Aff 6; 280. doi: 10.4172/2167-0234.1000280
9. Kunkel L.M. *International Business Etiquette and Manners. The Key Differences in Practice between the USA and Japan and their Effects upon Communication and Working Relationships*. Munich, GRIN Verlag. 2008. URL: <https://www.grin.com/document/140518>
10. Lazear E.P. The Economics of Professional Etiquette: Discussion. *American Economic Review*. American Economic Association. 1993. Vol. 83(2). P. 1–44.
11. Lazorchak S.A. Business Protocol and Etiquette: Preparing Students for the Global Business Environment. *Journal of Family and Consumer Sciences: From Research to Practice*. 2000. V. 92, No. 1. P. 100–03.
12. Majid S., Eapen C.M., Ei M.A., Oo K.T. The Importance of Soft Skills for Employability and Career Development: Students and Employers Perspectives. *IUP Journal of Soft Skills*. 2019. Vol. 13, Iss. 4. P. 7–39.
13. Mausehund J., Neil Dortch R., Brown P., Bridges C. Business Etiquette: What Your Students Dont Know. *Business Communication Quarterly*. 1995. 58(4). P. 34–38. doi: <https://doi.org/10.1177/108056999505800407>
14. McGuigan G.S. When in Rome: A Rationale and Selection of Resources in International Business Etiquette and Intercultural Communication. *Reference & User Services Quarterly*. 2002. 41(3). P. 220–227. URL: <http://www.jstor.org/stable/41241116>
15. Mukherjee S., Ramos-Salazar L. “Excuse us, your manners are missing!” The role of business etiquette in today's cross-cultural communication. *TSM Business Review*. 2014. 2(1). P. 18–24.
16. Nicolau C., Alsati K., Heri'anu A. Using Business Etiquette Nowadays. *Qualitative Research on Business Phoning, Emailing and Meetings*. Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Ovidius University of Constantza, Faculty of Economic Sciences. 2017. Vol. 0(2). P. 444–448.
17. Okoro E. Cross-Cultural Etiquette and Communication in Global Business: Toward a Strategic Framework for Managing Corporate Expansion. *International Journal of Biometrics*. 2012. 7. P. 130.
18. Schislyaeva E.R., Saychenko O.A. Labor Market Soft Skills in the Context of Digitalization of the Economy. *Social Sciences*. 2022. 11(3). P. 91. doi: <https://doi.org/10.3390/socsci11030091>
19. Sharma V. Soft Skills: An Employability Enabler. *IUP Journal of Soft Skills*; Hyderabad. 2018. Vol. 12. Iss. 2. P. 25–32.
20. Succi C., Wieandt M. Walk the talk: soft skills assessment of graduates. *European Journal of Management and Business Economics*. 2019. Vol. 28 No. 2. P. 114–125. doi: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-01-2019-0011>
21. World Economic Forum. *The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*, Geneva. 2016.
22. Yager J. *Business Protocol: How to Survive and Succeed in Business*, Second Edition. Hannacroix Creek Books. 2001.
23. Verhun L. Business protocol and etiquette as a component of the international economic relations curriculum. *Innovatsiini protsesy ekonomichnoho ta sotsialno-kulturnoho rozvytku: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid: tezy dop. KhIV Mizhnar. nauk.-prakt. konf. molod. uchenykh i stud. Ternopil: ZUNU*. 2021. S. 176–178.

Бугайко Дмитро Олександрович

*доктор економічних наук, доцент,
член-кореспондент Академії економічних наук України,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Національний авіаційний університет*

Bugayko Dmytro

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Corresponding Member of the Academy of Economic Sciences of Ukraine,
Professor of the Department of Foreign Economic Activity Management
National Aviation University*

ORCID: 0000-0002-3240-2501

Гуріна Ганна Сергіївна

*доктор економічних наук, доцент,
член-кореспондент транспортної академії України,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Національний авіаційний університет*

Gurina Ganna

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Corresponding Member of the Transport Academy of Ukraine,
Professor of the Department of Foreign Economic Activity Management
National Aviation University*

ORCID: 0000-0002-1419-4956

Заблоцька Ріта Олександрівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Zablotska Rita

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of World Economy and International Economic Relations Department
Taras Shevchenko Kyiv National University*

ORCID: 0000-0001-7174-8946

Корж Марина Володимирівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет*

Korzh Maryna

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of International Economic Relations and Business
National Aviation University*

ORCID: 0000-0001-8129-8256

Сидоренко Катерина Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
заступник декана факультету міжнародних відносин
Національний авіаційний університет*

Sydorenko Kateryna

*PhD in Economics, Associate Professor,
Vice-Dean of the Faculty of International Relations
National Aviation University*

ORCID: 0000-0003-3231-2247

СВІТОВИЙ РИНОК ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ АВІАЦІЇ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВІДНОСИН

THE GLOBAL TECHNOLOGY MARKET IN THE FIELD OF AVIATION AS A FORM OF IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL RELATIONS

Анотація. Міжнародне науково-технологічне співробітництво в авіаційному секторі віграє вирішальну роль для передачі, використання та продукування знань, сприяє інноваційному розвитку авіації, зокрема появи нових типів повітряних суден, нових бізнес-моделей міжнародних авіакомпаній, модернізації аеропортової інфраструктури, скороченню впливу авіації на навколишнє середовище і підвищенню безпеки. Головними причинами стрімкого розвитку світового ринку технологій у сфері авіації є нерівномірність економічного розвитку країн, монополізація авіабудування великими компаніями, які мають змогу фінансувати проведення вартісних науково-дослідних і конструкторських робіт, посилення конкурентної боротьби на світовому ринку авіаційних перевезень тощо. В межах наукового дослідження виокремлено ключові напрями та охарактеризовано сучасну систему міжнародної науково-технологічної співпраці в авіаційній сфері. Встановлено, що на сьогодні для України міжнародне науково-технологічне співробітництво в авіації набуває вкрай важливих рис в контексті відродження економіки у воєнний та післявоєнний період. Методологічну основу дослідження становлять як загальнонаукові, так і спеціальні методи наукового пізнання: описово-аналітичний, аналізу і синтезу, методи кількісних та якісних порівнянь. Інформаційною основою статті стали монографічні дослідження та періодичні наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, матеріали й аналітичні звіти міжнародних організацій, міжнародних консалтингових компаній та аналітичних центрів. Результати досліджень можуть бути використані для наукового обґрунтування та подальшого створення належних умов для розвитку міжнародних науково-технологічних зв'язків, зокрема в авіакосмічній сфері, забезпечення належної системи фінансування інновацій із залученням державного та приватного секторів, засобів міжнародних фінансових інституцій, розвиток приватних компаній в авіакосмічній галузі, обґрунтування механізмів воєнного та повоєнного відновлення авіатранспортної системи України.

Ключові слова: міжнародне науково-технологічне співробітництво, інновації, міжнародна виробнича кооперація, інтернаціоналізація виробництва, науково-технічний прогрес, міжнародний авіаційний бізнес.

Summary. International scientific and technological cooperation in the aviation sector plays a decisive role for the transfer, use and production of knowledge, contributes to the innovative development of aviation, in particular the emergence of new types of aircraft, new business models of international airlines, modernization of airport infrastructure, reduction of the impact of aviation on the environment and increase security. The main reasons for the rapid development of the world technology market in the field of aviation are the unevenness of the economic development of countries, the monopolization of aircraft construction by large companies that are able to finance the conduct of valuable research and design works, the strengthening of competition in the world market of air transport, etc. Within the scope of the scientific research, the key areas are singled out and the modern system of international scientific and technological cooperation in the aviation sphere is characterized. It has been established that today for Ukraine, international scientific and technological cooperation in aviation acquires extremely important features in the context of the revival of the economy in the war and post-war period. The methodological basis of the research is both general scientific and special methods of scientific knowledge: descriptive-analytical, analysis and synthesis, methods of quantitative and qualitative comparisons. The information base of the article is monographic studies and periodical scientific publications of Ukrainian and foreign economists, materials and analytical reports of international organizations, international consulting companies and analytical centers. Research results can be used for scientific substantiation and further creation of appropriate conditions for the development of international scientific and technological relations, in particular in the aerospace field, ensuring an appropriate system of financing innovations with the involvement of the public and private sectors, funds of international financial institutions, the development of private companies in aerospace industry, substantiation of the mechanisms of military and post-war restoration of the air transport system of Ukraine.

Key words: international scientific and technological cooperation, innovations, international production cooperation, internationalization of production, scientific and technological progress, international aviation business.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день під впливом процесів глобалізації та регіоналізації світового господарства формуються нові вектори міжнародного економічного співробітництва, перш за все шляхом розширення взаємозв'язків між окремими економічними суб'єктами різних галузей. Галуззю, яка являється рушійною силою глобалізації і водночас чутливо реагує на будь-які зміни в системі міжнародних економічних відносин, є авіація. Сучасна авіація — одна з найбільш науко- та капіталомістких галузей, де реалізується велика кількість високотехнологічних проєктів. У свою чергу, міжнародна співпраця та об'єднання ресурсів країн дозволяє досягти пришвидшення поширення й ефективного впровадження результатів науково-технологічної діяльності. Для України міжнародне науково-технологічне співробітництво в авіаційній сфері набуває особливого значення як одного з ключових інструментів відродження економіки у воєнний та післявоєнний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, структуру та специфіку функціонування світового ринку технологій досліджували науковці Геєць В.М. [5], Голюков А.П., Довгаль О.А. [21], Гончаренко Н.І. [6], Горбулін В.П., Полумієнко С.К., Стрижак О.Є. [27], Грущинська Н.М., Кендюхов О.В., Кічук Я.В., Кунченко-Харченко В.І., Хаустова Є.Б. [29], Збаразська Л.О. [9], Іванов С.В., Ляшенко В.І., Підричєва І.Ю. [22], Кіндзерський Ю.В. [12], Куриляк В., Лизун М., Ліщинський І., Савельєв Є. [19], Лихолет С.І. [13], Набок І.І. [8], Новікова І.Е. [15], Підричєва І.Ю. [16], Пічкурова З.В., Побоченко Л.М., Румянцев А.П. [17; 18; 37], Сардак С.Є., Ставицька А.В. [20] та інші. Пріоритетні напрями, переваги та ризики, доцільність міжнародного економічного співробітництва у сфері авіації висвітлено в роботах таких вчених, як: Антонова А.О., Басанець С.В., Бугайко Д.О., Гармаш О.М., Жульєва А.Ю., Заміар З., Харазішвілі Ю. [3; 24], Ареф'єва О.В., Капаруліна І.М. [2], Білявський В.М. [4], Казак В.М., Огир А.Г. [10], Катерна О., Молчанова К. [11; 34], Губарь О.В., Прушківська Е.В. [7; 14] та інші. Водночас, віддаючи належне ґрунтовним напрацюванням вітчизняних і зарубіжних дослідників, зауважимо, що потребує подальших наукових пошуків питання міжнародного економічного співробітництва України, зокрема доцільним є дослідження особливостей участі в науково-технологічних проєктах в авіаційній галузі, що дозволить пришвидшити відбудову та економічне зростання країни у воєнний та післявоєнний період.

Метою статті є обґрунтування механізмів та інструментів післявоєнного відновлення та сталого розвитку авіатранспортної системи України на основі вивчення сучасних особливостей розвитку світового ринку авіаційних технологій та формування міжнародних науково-технологічних відносин у цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характерними рисами світового ринку технологій є інтенсивний розвиток та високий ступінь мобілізації ресурсів. З однієї сторони нові технології в авіації супроводжуються тривалим терміном перевірки й період від розробки до впровадження нових рішень може сягати 10–15 років, а також характеризуються високою вартістю проєктів. З іншого боку, після сертифікації інновацій регулюючими органами результати нововведень стають доступними конкурентам, й компанія-новатор ризикує втратити конкурентну перевагу. Тому авіатранспортні підприємства повинні швидко приймати стратегічні рішення: самостійно проводити науково-дослідні розробки або ж вступати в альянси з вітчизняними чи зарубіжними компаніями й імплементувати знання і технології через зовнішні джерела.

Інноваційна співпраця на основі міжнародної кооперації та колаборації забезпечує реалізацію спільних науково-дослідних розробок, державне і приватне фінансування спільних інноваційних проєктів та, що найбільш важливо з економічної точки зору, стимулює процеси комерціалізації й просування досягнутих результатів на ринках країн-учасниць. Так, вчені Казак В.М. та Огир А.Г., аналізуючи світовий ринок авіабудування, звертають увагу наукової спільноти на те, що науково-технічні роботи і розробка нових літаків і вертольотів стає більш вартісною з часом. Тому єдиною можливим шляхом розвитку перспективного авіабудування та поширення технологій в авіації є міжнародна кооперація [10].

У свою чергу, Ареф'єва О.В. та Капаруліна І.М. на основі досліджень тенденцій розвитку світового авіабудування обґрунтували вирішальні напрями трансформації авіабудування України шляхом визначення адекватної форми інтеграції у світовий кластер авіабудування [2]. Науковці стверджують, що вибір конкретного напрямку інтеграції авіабудівних підприємств країни у структуру світового авіабудівного ринку потребує детального аналізу принципів побудови наявних корпорацій, прогнозу напрямку майбутньої інтеграції наявних на ринку гравців.

Дослідники Прушківська Е.В. Губарь О.В. та Ніколаєнко М.І. досліджують напрями міжнародного співробітництва національної авіаційної

галузі в умовах глобалізації [7; 14]. Вченими проаналізовано вплив глобалізації на формування секторальної структури національної економіки; встановлено, що взаємозалежність та взаємопроникнення національних економік призводить до диспропорцій в їх структурі. За результатами аналізу світової авіабудівної промисловості та вивчення досвіду провідних країн світу в контексті державної підтримки літакобудування розроблено практичні рекомендації щодо формування напрямів міжнародного співробітництва національної авіаційної галузі в умовах глобалізації.

Низка вчених досліджували специфіку трансформації міжнародного авіаційного бізнесу в системі управління сталим розвитком авіаційного сектору. Так, Катерна О. та Молчанова К. за результатами аналізу впливу глобальної кризи (пандемії COVID-19) на авіаіндустрію запропонували механізм інформаційної взаємодії учасників глобальних виробничих мереж в межах інноваційної бізнес-моделі, основаної на використанні діджитал-платформи [11; 34]. Білявський В.М. та Подтуркіна В.Б. виокремили сферу діяльності, де найбільш чітко спостерігається цифрова трансформація — система взаємодії з клієнтами, оскільки очікування споживачів трансформуються під впливом цифровізації, що обумовлює необхідність адаптації стратегій авіакомпаній на основі нових інструментів, додатків і нових продуктів [4]. Зазначено, що глобальні цифрові платформи виступають в якості основи для створення нових цінностей на зовнішньому, по відношенню до авіакомпанії, рівні, і потребують кооперації з іншими компаніями в інноваційній сфері.

Група науковців [3; 24; 28] в межах досліджень сучасних практик використання зелених технологій у сфері авіації обґрунтували систему проактивного інструментарію управління екологічними ризиками для забезпечення екологічної безпеки на повітряному транспорті. В межах досліджень науковці розробили авторські підходи до ідентифікації рівня екологічної складової авіаційного транспорту, що має практичне значення для сталого розвитку як галузі, так і для національної економіки загалом. Водночас науковці акцентують увагу, що забезпечення безпеки на повітряному транспорті повинно відбуватися системно і на всіх рівнях економічної системи: як на державному, так і міждержавному і глобальному.

Ключовими причинами становлення, формування та інтенсивного розвитку сучасного світового ринку технологій у сфер авіації є:

1) нерівномірність технологічного розвитку країн;

- 2) недостатність фінансування продукування та впровадження науково-технічних розробок в авіації;
- 3) відсутність сучасного обладнання для виготовлення інноваційної продукції;
- 4) нестача ресурсів і виробничих потужностей на рівні безпосередньо авіатранспортних підприємств.

Суб'єктами світового ринку технологій у сфері авіації виступають міжнародні авіаційні організації, держава, авіатранспортні підприємства, заклади вищої освіти, фізичні особи тощо. До його об'єктів відносяться науково-технологічні розробки, результати інтелектуальної праці як у предметному (як от інструменти, виробничі потужності, технологічні лінії, агрегати), так і в непередметному вигляді (технічна документація, знання та навички працівників тощо).

Насьогодні основними сферами міжнародного науково-технологічного співробітництва в авіації можна виокремити інжиніринг, виробництво та управління бізнесом (рис. 1).

Яскравим прикладом проведення спільних науково-дослідних робіт з метою продукування та імплементації еко-дружніх інновацій, скорочення на цій основі впливу авіації на навколишнє середовище є розробка нового виду авіаційного біопалива шляхом об'єднання зусиль Європейського авіакосмічного оборонного концерну (EADS) та авіабудівних корпорацій Boeing і Embraer. В даному випадку міжнародні науково-технологічні відносини конкурентів спрямовані на досягнення спільної мети — використання біопалива в авіаперевезеннях на рівні 7% до кінця 2023 р. [25].

Інший приклад — компанія Aerion, яка є одним з лідерів авіаринку з конструювання аеродинамічних корпусів повітряних суден, співпрацює з американською військово-промисловою корпорацією Lockheed Martin у проектуванні та випуску нової моделі надзвукового повітряного судна AS2 [23]. Очікується збільшення швидкості польоту завдяки конструкції з трьох двигунів та покращення аеродинаміки майбутнього авіалайнера.

Результатом науково-технічної співпраці Virgin Galactic, яка спеціалізується на запуску невеликих штучних супутників й займається туристичними суборбітальними космічними польотами, та американської стартап-компанії Boom Technology має стати розробка нового пасажирського надзвукового авіалайнера XB-1 Supersonic Demonstrator для виконання високошвидкісних комерційних польотів [35]. Фінансову і технічну підтримку проекту здійснює компанія Virgin Galactic.

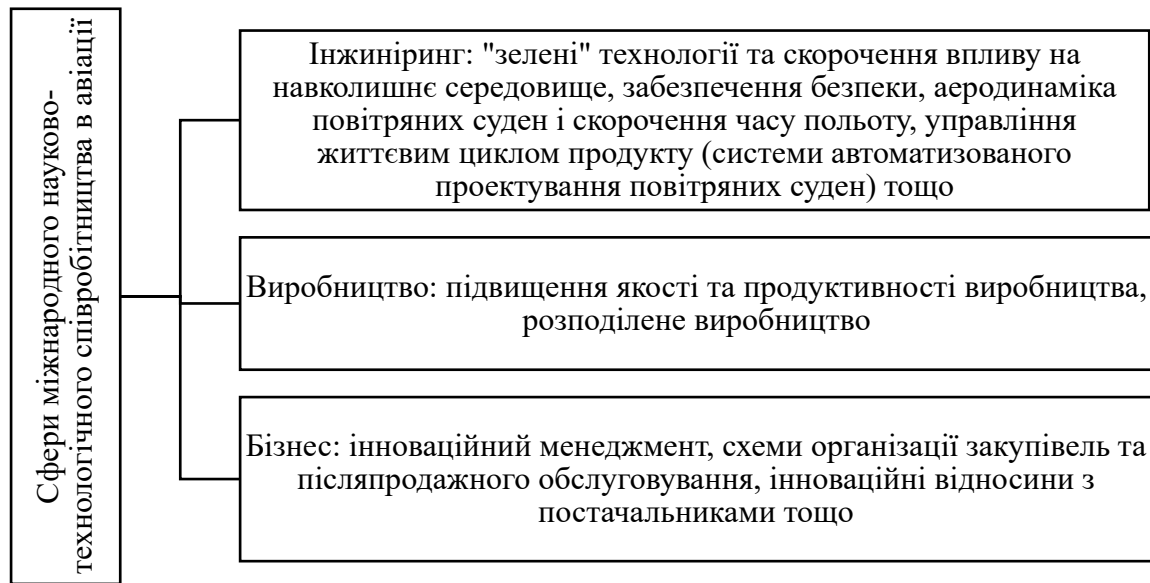


Рис. 1. Ключові сфери міжнародного науково-технологічного співробітництва в авіації

Джерело: складено авторами

Підвищенню якості обслуговування авіапасажирів сприяло входження на світовий ринок авіаційних технологій корпорації Google. У сфері базових систем бронювання авіаквитків компанія Google почала розробляти абсолютно нову систему обслуговування пасажирів як засіб для подальшого розвитку своїх можливостей. Так, на сьогодні компанія Google розробила багатофункціональну систему для пошуку авіарейсів, безпосередньо пов'язану з відповідними авіакомпаніями. Крім того, клієнтоорієнтованого підходу дозволяє досягти використання технологій bigdata в авіації. Як от запущений проект авіакомпанії Ryanair, який наразі використовується також Easy Jet та іншими авіакомпаніями з метою надання додаткових пропозицій і послуг, пов'язаних з подорожами, продажем допоміжних продуктів [38].

Іншим цікавим досвідом міжнародної науково-технологічної співпраці та цифровізації є узгодження дій авіаперевізників всередині глобального авіаційного альянсу Star Alliance [40]. В межах нової єдиної платформи цифрових послуг клієнти мають змогу бронювання місць в салоні повітряного судна і бронювання багажу на всю поїздки під час реєстрації, незалежно від перевізника Star Alliance.

На сьогодні в системі міжнародних економічних відносин сформувалася певна модель науково-технічного співробітництва в авіаційній сфері, яка забезпечується чіткою взаємодією всіх її учасників (рис. 2).

Перший рівень ієрархічної структури представлений міжнародними авіаційними інституціями.

Адже Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO), яка була створена з метою забезпечення ефективного і регулярного розвитку світової авіатransпортної системи, а також для розробки основ регулювання безпеки в авіації, здійснює підготовку і перепідготовку працівників авіаційних адміністрацій, авіакомпаній, аеропортів, авіаційних підприємств, аероклубів і авіаційних навчальних закладів з України та 77 країн світу [31]. У свою чергу, Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) організовує тренінги з метою просування галузевих стандартів в усьому світі [32]. Курси IATA розроблені фахівцями галузі й постійно оновлюються у відповідності з останніми нормативними процедурами, новими стандартами та сучасними вимогами авіаційної галузі.

Другий рівень представлений авіатранспортними підприємствами (авіакомпанії, аеропорти, авіабудівні та авіаремонтні корпорації, виробники комплектуючих деталей, вузлів та агрегатів, напівфабрикатів, необхідних для створення сучасних повітряних суден тощо).

Крім того, авіатранспортні компанії як правило тісно співпрацюють з державними установами, закладами вищої освіти, дослідницькими інститутами. Слід зазначити, що на сьогодні активними учасниками світового ринку технологій у сфері авіації є інноваційні лабораторії в структурі міжнародного авіаційного бізнесу. Так, авіакомпанія Lufthansa створила лабораторію з інновацій Lufthansa Innovation Hub як окрему дочірню компанію. Міжнародний авіаційний холдинг International Airlines Group у партнерстві

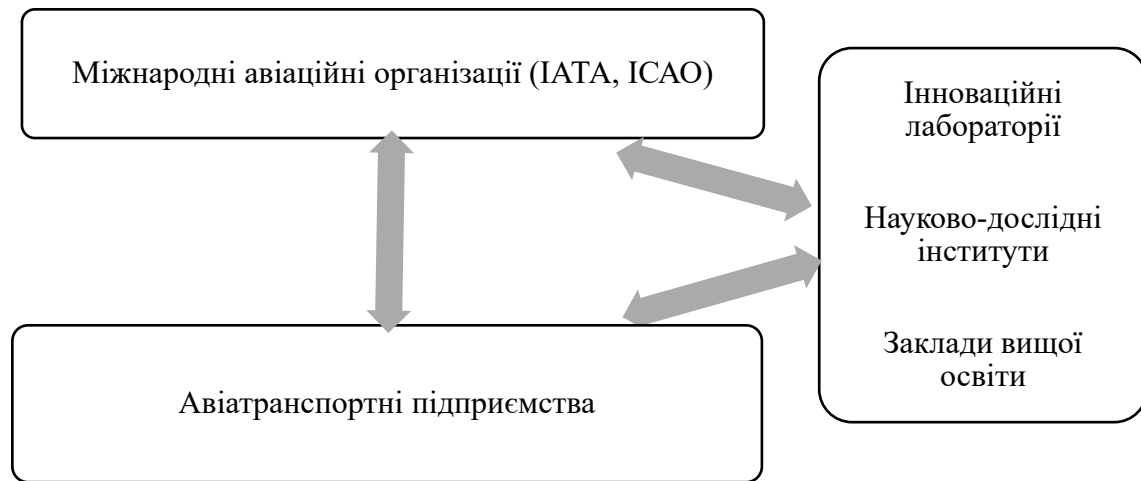


Рис. 2. Сучасна система міжнародного науково-технічного співробітництва у сфері авіації

Джерело: складено авторами

з провідним світовим спеціалістом з корпоративних інноваційних рішень L Marks також запустив програму Hangar 51, щоб допомогти удосконалити процеси в аеропорту, оцифрувати бізнес-процеси, покращити прийняття рішень на основі даних з метою підвищення рівня задоволеності клієнтів і розробки абсолютно нових інноваційних ідей, які можуть змінити потреби споживачів авіаційних послуг. Окремий венчурний підрозділ для сприяння інноваціям — Jet Blue Technology Ventures — з цією ж метою створив бюджетний авіаперевізник Jet Blue [36].

Національний авіаперевізник Малайзії (Malaysia Airlines) також запустив свою першу власну інноваційну лабораторію під назвою iSpace [33]. Партнерами авіакомпанії в даній ініціативній групі виступають корпорації IBM, Amadeus та Telekom Malaysia, а також Університет Малайї.

Прискоренню процесів передачі нового досвіду на світовому ринку авіаційних технологій сприяє також і діяльність міжнародних аеропортів, які намагаються впроваджувати інновації та підтримувати цифрову трансформацію. Так, французька компанія — оператор мережі аеропортів по всьому світу Groupe Aéroports de Paris запустила ініціативу інноваційного центру «Розумний аеропорт» для проектування аеропорту завтрашнього дня [39]. Інший приклад — інноваційна лабораторія міжнародного аеропорту Сан-Дієго — це середовище для співпраці, де компанії, новатори та керівники аеропортів працюють разом, щоб створювати та тестувати нові ідеї. Мета полягає в тому, щоб стимулювати інновації в аеропорту та покращувати якість обслуговування клієнтів. Успішні ідеї мають шанс бути реалізованими в Сан-Дієго або в інших аеропортах, і навіть в інших галузях,

як от торгові центри, готелі, конференц-центри тощо [38].

Прикладом залучення наукових установ до міжнародного науково-технологічного співробітництва є досвід співпраці авіакомпанії Air France-KLM з Делфтським технологічним університетом (Нідерланди). З метою продукування новацій авіакомпанія Air France-KLM спільно з Амстердамським аеропортом Схипхол, одним з найбільших банків Нідерландів Рабобанком та Делфтським технологічним університетом створили венчурний фонд — Mainport Innovation Fund — для цільового інвестування у технологічні стартап-компанії. Інвестиційні проекти фонду: створення тренажерів для пілотів повітряних суден, моніторингу орнітологічної ситуації в аеропортах, генерування повітряної електроенергії під час польоту тощо [32].

Крім того, канадська компанія-виробник повітряних суден Bombardier результативно співпрацює з Консорціумом досліджень та інновацій в авіації Квебеку, який об'єднує заклади вищої освіти, науково-дослідні центри та промислові підприємства [26]. Метою даного консорціуму є підвищення конкурентоспроможності авіакосмічної галузі шляхом розвитку колективних знань та удосконалення моделей навчання. Таким чином, нові технології можуть значно допомогти вдосконалити поточний спосіб роботи персоналу, поточні моделі прибутковості, досвід обслуговування клієнтів, операційну та комерційну сфери діяльності авіатранспортних підприємств.

Важливо зазначити, що науково-технологічна інтернаціоналізація та кооперація сприяє розробленню механізмів реакції на сучасні технологічні виклики в авіації та спільному вирішенню завдань економічного розвитку на глобальному

рівні. На рис. 3 наведено огляд сучасних технологічних викликів та основних рішень щодо авіації, стійкої до пандемії та інших загроз.

Таким чином, враховуючи наукоємність, підвищену експлуатаційну складність та капіталомісткість, бачення стійкої до технологічних викликів авіації вимагає від індустрії поступового впровадження нових концепцій, технологій і моделей навчання.

Стосовно авіаційної промисловості України, то слід зазначити, що вона перебуває в кризовому стані, втрачає конкурентоспроможність на ринках збуту як продукції кінцевого виробництва, так і комплектуючих; відбувається скорочення науково-технічного і технологічного потенціалу авіаційної промисловості та її відставання від розвинених країн. Ситуація ускладнюється поширенням глобальної коронавірусної пандемії та початком україно-російської війни.

Проте, незважаючи на відсутність у державному бюджеті фінансування досліджень і розробок інноваційних авіаційних технологій, проведення випробувань та відповідних робіт підприємства авіагалузі здійснювали за рахунок власних коштів. Зокрема, за період 2015–2019 рр. основні розробники авіаційної техніки (літаків — ДП «Антонов», гвинтокрилів — АТ «Мотор Січ», двигунів до них — ДП «Івченко-Прогрес» та АТ «Мотор Січ») вклали власні кошти у проведення досліджень і розробок нових конкурентоспроможних зразків авіаційної техніки на суму понад 10,021 млрд. грн (400 млн. дол. США). Позитивним

кроком стало затвердження Державної цільової науково-технічної програми розвитку авіаційної промисловості на 2021–2030 роки [1].

Розвиток міжнародної співпраці на сьогодні є пріоритетним напрямом діяльності авіатранспортних підприємств України. Розробка та реалізація спільних науково-технологічних проектів із зарубіжними партнерами, міжнародна виробнича кооперація має бути першочерговими завданнями у воєнний та післявоєнний періоди.

Для цього, по-перше, необхідним вбачається використання потенціалу науково-технічної та виробничої кооперації з міжнародними партнерами, передусім державами — членами НАТО та ЄС. Вивчення світового досвіду показує, що західні інтегровані структури, створені для забезпечення інноваційного розвитку авіації, як правило формуються компаніями країн, які є членами одного інтеграційного угруповання. Даний чинник є визначальним у доцільності міжнародного науково-технологічного співробітництва у сфері авіації. Тому входження України в Альянс надасть можливість включення до процесів продукування та впровадження авіаційних інновацій.

По-друге, важливою сферою є розвиток кадрового потенціалу авіагалузі та підготовка висококваліфікованих фахівців. Імплементация інновацій та реалізація науково-технологічних проектів в авіації має супроводжуватися впровадженням нових концепцій, технологій і моделей навчання. З точки зору авіаційної освіти вкрай важливим постає культивування навичок збирати та аналізувати

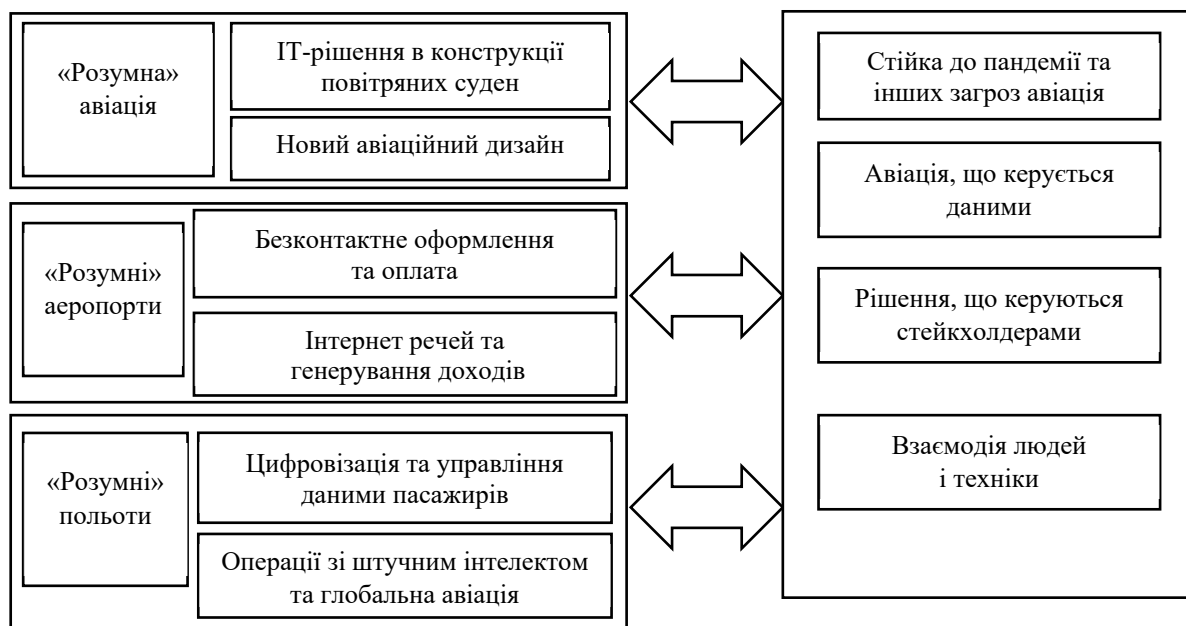


Рис. 3. Сучасні технологічні виклики в авіації

Джерело: складено авторами із використанням [41]

інформацію (дані керують рішеннями), розвивати вміння обробки даних. Водночас разом з технологічними інноваціями в освіту майбутніх авіаційних фахівців слід включити «зелену авіацію».

По-третє, фінансування інноваційних проектів в авіації має здійснюватися шляхом державних замовлень як в межах цільових державних оборонних замовлень, так і від авіаційних транспортних компаній на продукцію української авіаційної промисловості. Додаткових можливостей надасть залучення іноземних інвестицій в авіаційний сектор України, розвиток державно-приватного партнерства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, авіація є однією з найбільш поширених і широко взаємопов'язаних міжнародних інфраструктур. Це одна з основних галузей для взаємозв'язку та інтеграції світу, і вона охоплює майже всі країни світу. Перевагами участі країни у міжнародному співробітництві в авіаційній сфері є: підвищення глобальної конкурентоспроможності країни, значні надходження до державного бюджету країни, інтеграція зі світовими

лідерами виробників повітряних суден, забезпечення населення робочими місцями тощо.

Авторами встановлено, що на сьогодні ключовими сферами міжнародного науково-технологічного співробітництва в авіації є інжиніринг (перш за все в частині скорочення впливу авіації на навколишнє середовище), виробництво, управління бізнесом. В межах дослідження акцентовано увагу на важливій ролі науково-дослідних інституцій і закладів вищої освіти в системі міжнародного науково-технологічного співробітництва в авіації.

Україні, як авіаційній країні, для подолання сучасних технологічних викликів у сфері авіації та відродження економіки у воєнний і післявоєнний період необхідно стати активним учасником спільної реалізації науково-технологічних проектів із зарубіжними партнерами. Для цього необхідно використовувати потенціал науково-технічної та виробничої кооперації з країнами — членами НАТО та ЄС, розвивати кадровий потенціал авіагалузі, залучати приватний сектор та іноземні інвестиції у відбудову авіаційного сектору.

Література

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової науково-технічної програми розвитку авіаційної промисловості на 2021–2030 роки» № 951 від 1 вересня 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/951-2021-%D0%BF#Text>
2. Ареф'єва О.В., Капаруліна І.М. Українське авіабудування: напрями трансформації. Інноваційна економіка. 2013. № 4. С. 3–8.
3. Басанець С.В., Жульєва А.Ю., Бугайко Д.О., Гармаш О.М. Огляд сучасних практик використання зелених технологій у сфері авіації. Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища: збірник доповідей XIX міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 21 березня 2022 р. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 56–60.
4. Білявський В.М., Подтуркіна В.Б. Трансформація авіаційного бізнесу в системі управління сталим розвитком авіаційного сектору. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту: X міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 28 травня 2021 р. Одеса, 2021. С. 129–131.
5. Гець В.М. Концепція «Стратегії інноваційного розвитку України до 2020 року». URL: <http://innovation.16mb.com>
6. Гончаренко Н.І. Особливості функціонування світового ринку інформаційних технологій в умовах трансформаційних змін глобального економічного середовища. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2018. № 7. С. 95–100.
7. Губарь О.В., Прушківська Е.В. Напрями міжнародного співробітництва національної авіаційної галузі в умовах глобалізації. Економічний простір. 2018. № 132. С. 5–13. doi: 10.30838/P.ES.2224.240418.5.46.
8. Дзигаленко І.С., Набок І.І. Стратегія світового інноваційного лідерства. Україна і світ: перспективи та стратегії розвитку: електронний збірник наукових праць. 2017. № 1. Вип. 4. С. 90–100.
9. Збаразська Л.О. Ключові акценти порядку денного промислового розвитку в Україні. Економіка промисловості. 2020. № 4 (92). С. 5–37. doi: <http://doi.org/10.15407/econindustry2020.04.005>.
10. Казак В.М., Огир А.Г. Аналіз світового ринку вертольотів і перспективи його розвитку. Наукоємні технології. 2011. № 1–2 (9–10). С. 20–23.
11. Катерна О., Молчанова К. Технологічні рішення розвитку аеропортів в період цифрової трансформації. Економічний аналіз. 2021. Том 31. № 3. С. 143–149. doi: <https://doi.org/10.35774/econ2021.03.143>.

12. Кіндзерський Ю.В. Євроінтеграційний вектор модернізації суспільства: проблеми формування в Україні. Євроінтеграційний ресурс розвитку глобального підприємництва [Електронний ресурс]: Збірник матеріалів Дискусійної платформи; 17 травня 2019 р. / за ред. А.М. Поручника. Київ: КНЕУ, 2019. С. 34–36.
13. Лихолет С.І. Трансфер технологій у системі інноваційної діяльності. Економіка та держава. 2009. № 6. С. 37–38.
14. Ніколаєнко М.І., Прушківська Е.В. Особливості розвитку авіаційної галузі на міжнародному та національному рівні в умовах глобалізації. Економічний вісник. 2017. № 4. С. 92–99.
15. Новікова І.Е. Активізація технологічного трансферу у дослідницьких університетах: теорія та практика: монографія. Кам'янець-Подільський: ПП Зволейко Д.Г., 2019. 512 с.
16. Підоричева І.Ю. Україна у науково-технологічному та інноваційному просторах європейського союзу: проблеми, позитивні зрушення та напрями інтеграції. Економічний вісник Донбасу. 2020. № 2(60). С. 36–52.
17. Пічкурова З.В. Особливості розвитку технології великих даних у глобальній цифровій економіці. Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / under general editorship of W. Welskop, Y.O. Voloshin. Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauko Zdrowiu w Łodzi, 2021. 436 p.
18. Побоченко Л.М. Інноваційна складова транснаціоналізації економічної діяльності в умовах глобалізаційних перетворень. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2018. № 2. С. 71–77.
19. Савельєв Є., Куриляк В., Лизун М., Ліщинський І. Концепція «Вишеградська четвірка + Україна»: реальність і перспективи. Вісник економічної науки України. 2019. № 1(36). С. 115–121.
20. Сардак С.Е., Ставицька А.В. Дослідження структури і тенденцій розвитку світового ринку інформаційних. Technology Audit and Production Reserves. 2015. № 4/5(24). С. 96–100.
21. Трансформація міжнародних економічних відносин в епоху глобалізації: монографія / за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 347 с.
22. Україна в європейському науково-освітньому та інноваційному просторі: концепція адаптації та інтеграції в умовах Угоди про асоціацію з Європейським Союзом: монографія / С.В. Іванов, В.І. Ляшенко, І.Ю. Підоричева та ін.; НАН України, Інститут економіки промисловості. Київ, 2018. 331 с.
23. All Lockheed Martin Products. URL: <https://www.lockheedmartin.com/en-us/products.html>
24. Bugayko D.O., Kharazishvili Yu.M., Antonova A.O., Zamiar Zenon. Identification of air transport ecological component level in the context of ensuring sustainable development of the national economy. Intellectualization of logistics and supply chain management. 2020. № 3. P. 38–53. doi: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-3-4>.
25. Environmental responsibility across the entire lifecycle. URL: <https://www.airbus.com/en/sustainability/respecting-the-planet/environmental-responsibility>
26. Global Outlook for Air Transport Times of Turbulence. IATA. URL: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance—june-2022—report/>
27. Gorbun V., Polumiienko S., Stryzhak O. Indicative evaluation of scientific and technological development of Ukraine: methodological aspect. Strategic Panorama. 2018. № 1. P. 5–19. URL: <https://niss-panorama.com/index.php/journal/article/view/65>
28. Gurina G., Podrieza S., Liskovych N. Prospects for development of export potential of aviation complex of Ukraine on the basis of public-private partnership. Eurasian journal of analytical chemistry. 2018. № 3. vol. 13. P. 665–673.
29. Hrushchynska N., Khaustova Ye., Kendiukhov O., Kichuk Ya., Kunchenko-Kharchenko V., Yarish O. Estimation of the intellectual capital's development level of institutions of higher education of Ukraine in the conditions of knowledge economy. International Journal of Management. 2020. Vol. 11. Issue 6. P. 949–962. doi:10.34218/IJM.11.6.2020.083.
30. IATA Training URL: <https://www.iata.org/en/training/>.
31. ICAO training institute. URL: <http://icao.nau.edu.ua/uk/%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82-%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%BE>
32. Mainport innovation fund. URL: <http://www.mainportinnovationfund.nl/Portfolio/Overview>.
33. Malaysia Airlines embraces the digital revolution with its first Innovation Lab (iSpace) URL: <https://www.malaysiaairlines.com/cn/en/news-article/2017/malaysia-airlines-embraces-the-digital-revolution-with-its-first.html>
34. Molchanova K. Organization of Aviation Enterprises' Interaction Based on the Digital Platform. Virtual Economics. 2021. № 4(1). P. 77–97. doi: [https://doi.org/10.34021/ve.2021.04.01\(4\)](https://doi.org/10.34021/ve.2021.04.01(4)).
35. New Aircraft Deliveries. 2020. URL: <https://www.planespotters.net/special/deliveries-2019>
36. Pereira B., Lohmann G., Houghton L. The Role of Collaboration in Innovation and Value Creation in the Aviation Industry. Journal of Creating Value. 2021. № 7(1). P. 44–59. doi: 10.1177/23949643211010588.

37. Rumiantsev A., Pobochenko L., Pichkurova Z., Tolpezhnikova T., Kovbych T., Lyashov D. The impact of global digitalization on the Ukrainian labor market development. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2022. Vol. 5, Nr. 45, P. 44–58. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-59-66>.
38. Silling U. Aviation of the Future: What Needs to Change to Get Aviation Fit for the Twenty-First Century. Aviation and its Management — Global Challenges and Opportunities. 2019. doi: 10.5772/intechopen.81660.
39. Skrypnyk N., Sydorenko K. The main components of the formation of a modern innovation base of competitiveness in the context of globalization transformations. Бізнес-Інформ. 2019. № 4. С. 115–123.
40. Star Alliance Creates Digital Service Platform with Accenture. URL: <https://www.staralliance.com/en/news-article?newsArticleId=DSP&groupId=20184>
41. Sun X., Wandelt S., Zhang A. Technological and educational challenges towards pandemic-resilient aviation. National Natural Science Foundation of China. 2021. № 12. P. 104–115.

References

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro zatverdzhennia Derzhavnoi tsilovoi naukovo-tekhnichnoi prohramy rozvytku aviatsiinoi promyslovosti na 2021–2030 roky» [On the approval of the State targeted scientific and technical program for the development of the aviation industry for 2021-2030] № 951 vid 1 veresnia 2021 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/951-2021-%D0%BF#Text>
2. Arefieva O.V., Kaparulina I.M. (2013). Ukrainske aviabuduvannia: napriamy transformatsii [Ukrainian aircraft industry: directions of transformation]. Innovatsiina ekonomika, № 4, pp. 3–8.
3. Basanets S.V., Zhulieva A. Iu., Buhaiko D.O., Harmash O.M. (2022). Ohliad suchasnykh praktyk vykorystannia zelenykh tekhnolohii u sferi aviatsii [Overview of modern practices of using green technologies in the field of aviation]. Problemy pidhotovky profesiinykh kadriv z lohistyky v umovakh hlobalnoho konkurentnoho seredovyscha: zbirnyk dopovidei KhIKh mizhnar. naukovo-prakt. konf., m. Kyiv, 21 bereznia 2022, Kyiv: Natsionalnyi aviatsiinyi universytet, 2022, pp. 56–60.
4. Biliavskiy V.M., Podturkina V.B. Transformatsiia aviatsiinoho biznesu v systemi upravlinnia stalym rozvytkom aviatsiinoho sektoru [Transformation of aviation business in the management system of sustainable development of the aviation sector]. Aktualni problemy teorii ta praktyky menedzhmentu: X mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Odesa, 28 travnia 2021, Odesa, 2021, pp. 129–131.
5. Heiets V.M. (2016). Kontseptsiiia «Stratehii innovatsiinoho rozvytku Ukrainy do 2020 roku» [The concept of «Strategies for innovative development of Ukraine until 2020»]. URL: <http://innovation.16mb.com> (in Ukrainian)
6. Honcharenko N.I. (2018). Osoblyvosti funktsionuvannia svitovoho rynku informatsiinykh tekhnolohii v umovakh transformatsiinykh zmin hlobalnoho ekonomichnoho seredovyscha [Peculiarities of the functioning of the world market of information technologies in the conditions of transformational changes in the global economic environment]. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina, № 7, pp. 95–100.
7. Hubar O.V., Prushkivska E.V. (2018). Napriamy mizhnarodnoho spivrobitnytstva natsionalnoi aviatsiinoi haluzi v umovakh hlobalizatsii [Directions of international cooperation of the national aviation industry in the conditions of globalization]. Ekonomichnyi prostir, № 132, pp. 5–13. doi: 10.30838/P.ES.2224.240418.5.46.
8. Dzyhalenko I.S., Nabok I.I. (2017). Stratehiia svitovoho innovatsiinoho liderstva [Strategy of global innovative leadership]. Ukraina i svit: perspektyvy ta stratehii rozvytku: elektronnyi zbirnyk naukovykh prats, № 1, vol. 4, pp. 90–100.
9. Zbarazska L.O. (2020). Kliuchovi aktsenty poriadku dennoho promysloвого rozvytku v Ukraini [Key emphases of the industrial development agenda in Ukraine]. Ekonomika promyslovosti, № 4 (92), pp. 5–37. doi: <http://doi.org/10.15407/econindustry2020.04.005>.
10. Kazak V.M., Ohyr A.H. (2011). Analiz svitovoho rynku vertolotiv i perspektyvy yoho rozvytku [Analysis of the world market of helicopters and prospects for its development]. Naukoiemni tekhnolohii, № 1–2 (9–10), pp. 20–23.
11. Katerna O., Molchanova K. (2021). Tekhnolohichni rishennia rozvytku aeroportiv v period tsyfrovoy transformatsii [Technological solutions for the development of airports in the period of digital transformation]. Ekonomichnyi analiz, Tom 31, № 3, pp. 143–149. doi: <https://doi.org/10.35774/econ2021.03.143>.
12. Kindzerskyi Yu.V. (2019). Yevrointehratsiinyi vektor modernizatsii suspilstva: problemy formuvannia v Ukraini [European integration vector of modernization of society: problems of formation in Ukraine]. Yevrointehratsiinyi resurs rozvytku hlobalnoho pidpriemnytstva [European integration resource for the development of global entrepreneurship] [Elektronnyi resurs]: Zbirnyk materialiv Dyskusiinoi platformy; 17 travnia 2019 r. / za red. A.M. Poruchnyka. Kyiv: KNEU, pp. 34–36.

13. Lykcholet S.I. (2009). Transfer tekhnolohii u systemi innovatsiinoi diialnosti [Technology transfer in the system of innovative activity]. *Ekonomika ta derzhava*, № 6, pp. 37–38.
14. Nikolaenko M.I., Prushkivska E.V. (2017). Osoblyvosti rozvytku aviatsiinoi haluzi na mizhnarodnomu ta natsionalnomu rivni v umovakh hlobalizatsii [Peculiarities of the development of the aviation industry at the international and national level in the conditions of globalization]. *Ekonomichnyi visnyk*, № 4, pp. 92–99.
15. Novikova I.E. (2019). Aktyvizatsiia tekhnolohichnoho transferu u doslidnytskykh universytetakh: teoriia ta praktyka [Activation of technological transfer in research universities: theory and practice]: monohrafiia. Kamianets Podilskyi: PP Zvoleiko D.H. (in Ukrainian)
16. Pidorycheva I. Iu. (2020). Ukraina u naukovo-tekhnolohichnomu ta innovatsiinomu prostorakh yevropeiskoho soiuzu: problemy, pozytyvni zrushennia ta napriamy intehratsii [Ukraine in the scientific, technological and innovation spaces of the European Union: problems, positive developments and directions of integration]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, № 2(60), pp. 36–52.
17. Pichkurova Z.V. (2021). Osoblyvosti rozvytku tekhnolohii velykykh danykh u hlobalnii tsyfrovii ekonomitsi [Features of the development of big data technology in the global digital economy]. *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / under general editorship of W. Welskop, Y.O. Voloshin*. Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauko Zdrowiu Łodzi, 436 p. (in Ukrainian)
18. Pobochenko L.M. (2018). Innovatsiina skladova transnatsionalizatsii ekonomichnoi diialnosti v umovakh hlobalizatsiinykh peretvoren [Innovative component of transnationalization of economic activity in the conditions of globalization transformations]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiologhiia, pravo)*, № 2, pp. 71–77.
19. Saveliev Ye., Kuryliak V., Lyzun M., Lishchynskyi I. (2019). Kontseptsiiia «Vyshehradaska chetvirkha + Ukraina»: realnist i perspektyvy [The concept of «Visegrad Four + Ukraine»: reality and prospects]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, № 1(36), pp. 115–121.
20. Sardak S.E., Stavytska A.V. (2015). Doslidzhennia struktury i tendentsii rozvytku svitovoho rynku informatsiinykh [Study of the structure and development trends of the world information market]. *Technology Audit and Production Reserves*, № 4/5(24), pp. 96–100.
21. Transformatsiia mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn v epokhu hlobalizatsii [Transformation of international economic relations in the era of globalization]: monohrafiia / za red. A.P. Holikova, O.A. Dovhal. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 2015, 347 p. (in Ukrainian)
22. Ukraina v yevropeiskomu naukovo-osvitnomu ta innovatsiinomu prostori: kontseptsiiia adaptatsii ta intehratsii v umovakh Uhody pro asotsiatsiiu z Yevropeiskym Soiuzom [Ukraine in the European scientific, educational and innovation space: the concept of adaptation and integration under the terms of the Association Agreement with the European Union: monograph]: monohrafiia / S.V. Ivanov, V.I. Liashenko, I. Iu. Pidorycheva ta in.; NAN Ukrainy, Instytut ekonomiky promyslovosti. Kyiv, 2018, 331 p. (in Ukrainian)
23. All Lockheed Martin Products. URL: <https://www.lockheedmartin.com/en-us/products.html>.
24. Bugayko D.O., Kharazishvili Yu.M., Antonova A.O., Zamiar Zenon. (2020). Identification of air transport ecological component level in the context of ensuring sustainable development of the national economy. *Intellectualization of logistics and supply chain management*, № 3, pp. 38–53. doi: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-3-4>.
25. Environmental responsibility across the entire lifecycle. URL: <https://www.airbus.com/en/sustainability/respecting-the-planet/environmental-responsibility>
26. Global Outlook for Air Transport Times of Turbulence. IATA. URL: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance--june-2022--report/>
27. Gorbun V., Polumiienko S., Stryzhak O. (2018). Indicative evaluation of scientific and technological development of Ukraine: methodological aspect. *Strategic Panorama*, № 1, pp. 5–19. URL: <https://niss-panorama.com/index.php/journal/article/view/65>.
28. Gurina G., Podrieza S., Liskovych N. (2018). Prospects for development of export potential of aviation complex of Ukraine on the basis of public-private partnership. *Eurasian journal of analytical chemistry*, № 3, vol. 13, pp. 665–673.
29. Hrushchynska N., Khaustova Ye., Kendiukhov O., Kichuk Ya., Kunchenko-Kharchenko V., Yarish O. (2020). Estimation of the intellectual capital's development level of institutions of higher education of Ukraine in the conditions of knowledge economy. *International Journal of Management*, Vol. 11, Issue 6, pp. 949–962. doi: 10.34218/IJM.11.6.2020.083.
30. IATA Training. URL: <https://www.iata.org/en/training/>
31. ICAO training institute. URL: <http://icao.nau.edu.ua/uk/%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82-%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%BE>

-
32. Mainport innovation fund. URL: <http://www.mainportinnovationfund.nl/Portfolio/Overview>
33. Malaysia Airlines embraces the digital revolution with its first Innovation Lab (iSpace). URL: <https://www.malaysiaairlines.com/cn/en/news-article/2017/malaysia-airlines-embraces-the-digital-revolution-with-its-first.html>
34. Molchanova K. (2021). Organization of Aviation Enterprises' Interaction Based on the Digital Platform. *Virtual Economics*, № 4(1), pp. 77–97. doi: [https://doi.org/10.34021/ve.2021.04.01\(4\)](https://doi.org/10.34021/ve.2021.04.01(4)).
35. New Aircraft Deliveries 2020. URL: <https://www.planespotters.net/special/deliveries-2019>
36. Pereira B., Lohmann G., Houghton L. (2021). The Role of Collaboration in Innovation and Value Creation in the Aviation Industry. *Journal of Creating Value*, № 7(1), pp. 44–59. doi: [10.1177/23949643211010588](https://doi.org/10.1177/23949643211010588).
37. Rumiantsev A., Pobochenko L., Pichkurova Z., Tolpezhnikova T., Kovbych T., Lyashov D. (2022). The impact of global digitalization on the Ukrainian labor market development. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, Vol. 5, Nr. 45, pp. 44–58. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-59-66>.
38. Silling U. (2019). Aviation of the Future: What Needs to Change to Get Aviation Fit for the Twenty-First Century. *Aviation and its Management — Global Challenges and Opportunities*. doi: [10.5772/intechopen.81660](https://doi.org/10.5772/intechopen.81660).
39. Skrypyuk N., Sydorenko K. (2019). The main components of the formation of a modern innovation base of competitiveness in the context of globalization transformations. *Biznes-Inform*, № 4, pp. 115–123.
40. Star Alliance Creates Digital Service Platform with Accenture. URL: <https://www.staralliance.com/en/news-article?newsArticleId=DSP&groupId=20184>
41. Sun X., Wandelt S., Zhang A. (2021). Technological and educational challenges towards pandemic-resilient aviation. *National Natural Science Foundation of China*, № 12, pp. 104–115.

Румянцев Анатолій Павлович

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет*

Rumiantsev Anatolii

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the International Economic Relations and Business Department
National Aviation University
ORCID: 0000-0002-7531-654X*

Грущинська Наталія Миколаївна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет*

Hrushchynska Nataliia

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the International Economic Relations and Business Department
National Aviation University
ORCID: 0000-0002-5606-4666*

Пічкурова Зоя Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет*

Pichkurova Zoia

*PhD in Economics, Associated Professor of the
International Economic Relations and Business Department
National Aviation University
ORCID: 0000-0002-6561-8413*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8474

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

TRANSFORMATION OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS OF UKRAINE

Анотація. Стаття присвячена розгляду сучасних напрямів, особливостей трансформації міжнародних економічних відносин України (МЕВУ), зміст якої визначається як процес перебудови, здійснення структурних зрушень, впровадження інноваційних форм, методів, інструментів функціонування світогосподарських стосунків нашої держави. Досліджено основні передумови трансформації МЕВУ: а) глобалізація світового господарства; б) виклики науково-технічного прогресу; в) наслідки війни РФ проти України. У теоретичному аспекті обґрунтовано підхід до змісту діалектичної взаємодії МЕВУ та зовнішньоекономічної діяльності України (ЗЕДУ), які, відповідно, розглядаються як сутність та форма єдиного цілісного явища — системи міжнародних господарських зв'язків нашої держави. Особлива увага приділена аналізу трансформації таких складових МЕВУ: а) зовнішньоторговельні відносини; б) проблеми еміграції трудових ресурсів; в) адаптація до умов світового ринку робочої сили. Відмічено сучасні риси трансформації зовнішньої торгівлі, у процесі якої враховуються існуючі параметри експортно-імпортних операцій, регіональне зміщення обсягів зовнішньої торгівлі. Виокремлені напрями

трансформації МЕВУ, що пов'язані з вітчизняною демографічною ситуацією. Вони характеризуються скороченням активної складової трудових ресурсів; зайнятих у сфері ЗЕД; припиненням підприємницької діяльності частиною приватного сектору, зорієнтованого на міжнародний бізнес; зменшенням переказів валютних коштів від працюючих за кордоном; витратами, що пов'язані з соціальним забезпеченням переселенців в Україні та за її межами. Як чинник проведення трансформації МЕВУ розглядається дія міжнародних економічних санкцій проти РФ. У якості перспективних напрямів дослідження трансформації МЕВУ, пропонується розгляд: а) особливостей прискореного розвитку зовнішніх зв'язків у сфері інформаційно-комунікативних послуг; б) специфіки впровадження у підприємства експортного сектору гідригитал технологій; в) використання інноваційних форм міжнародної співпраці у світовому цифровому просторі.

Ключові слова: глобалізація, трансформація міжнародних економічних відносин України, зовнішньоторговельні відносини, світовий ринок праці, міжнародні економічні санкції.

Summary. The article is devoted to consideration of modern directions, features of the transformation of international economic relations of Ukraine (IERU), the content of which is defined as the process of restructuring, implementation of structural changes, introduction of innovative forms, methods, tools of functioning of the world economic relations of our state. The main prerequisites for the transformation of the IERU have been studied: a) globalization of the world economy; b) challenges of scientific and technical progress; c) the consequences of the war of the Russian Federation against Ukraine. In the theoretical aspect, the approach to the content of the dialectical interaction of the IERU and the foreign economic activity of Ukraine (FEAU), which, respectively, are considered as the essence and form of a single integral phenomenon – the system of international economic relations of our state. Special attention is paid to the analysis of the transformation of the following components of the IERU: a) foreign trade relations; b) problems of emigration of labor resources; c) adaptation to the conditions of the world labor market. Modern features of the transformation of foreign trade are noted, in the process of which the existing parameters of export-import operations, regional displacement of foreign trade volumes are taken into account. The directions of the transformation of IERU related to the domestic demographic situation are highlighted. They are characterized by a reduction in the active component of labor resources; employed in the field of foreign trade; termination of entrepreneurial activity by a part of the private sector, oriented towards international business; reduction of currency transfers from workers abroad; expenses related to the social security of immigrants in Ukraine and abroad. The effect of international economic sanctions against the Russian Federation is considered as a factor in the transformation of the IER. As promising directions of research into the transformation of IERU, it is proposed to consider: a) features of the accelerated development of external relations in the field of information and communication services; b) specifics of implementation of digital technologies in enterprises of the export sector; c) use of innovative forms of international cooperation in the global digital space.

Key words: globalization, transformation of Ukraine's international economic relations, foreign trade relations, global labor market, international economic sanctions.

Постановка проблеми. Змістовні характеристики та напрями розвитку МЕВУ останнім часом набувають суттєвих змін. Це обумовлено, передусім, стрімким розвитком глобалізації світового господарства, всезростаючими новими викликами постіндустріальної революції, зокрема, до підвищення якісного рівня вітчизняного виробництва та його експортного потенціалу, провадження інноваційних структурних зрушень у національній економіці, виваженого використання сировинних, енергетичних ресурсів, модернізацію інфраструктурних об'єктів у сфері зв'язку, транспорту, транзитних сполучень, дотримання належних екологічних стандартів. З іншої сторони значним гальмівним суб'єктивно-політичним фактором, що обмежує національні можливості розвитку МЕВ є триваюча військова агресія РФ проти нашої держави. Збитки від неї для нашого суспільства по переднім оцінкам перевищують 500 млрд. дол. США, та включають

вартість зруйнованого виробничого, інфраструктурного, житлового фонду, припинення діяльності підприємств на окупованих територіях, відмежованих від єдиного національно господарського комплексу, і головне, це втрата співвітчизників, переселення працівників у західні області країни та до інших держав світової спільноти. Враховуючи зазначене доцільно дослідити параметри сучасного стану структурних складових МЕВ України, обґрунтувати необхідність здійснення розробки об'єктивних трансформаційних заходів щодо відновлення, стабілізації та подальшого розвитку, у тому числі і нових, напрямів зовнішньоекономічних зв'язків нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У іноземній та вітчизняній науковій літературі розгляд проблем розвитку міжнародних економічних відносин (МЕВ) займає вагоме місце. Зокрема, значний внесок у дослідження сутнісних рис,

особливостей їх трансформації на глобальному, регіональному, національному рівнях зробили Адамс Ф., Браун С., Гальчинський А., Гересимчук З., Гонта О., Гюїда Й., Кеелей Б., Ліндерт П., Лукенбах Г., Мельник Т., Поліщук Л., Пунтігліано А., Салваторе Д., Сіденко В., Стаканов Р., Філіпенко А., Шнирков О. та інші [1–17]. У їх працях аналізуються методологічні питання дослідження глобальних трансформаційних процесів і в тому числі ті, що охоплюють МЄВ; розвиток інтеграційних відносин між національними господарствами; характер, галузева та регіональна спрямованість міжнародних торговельних відносин нашої країни; специфіка регулювання та напрями руху міжнародних міграційних потоків; реформування міжнародних фінансових відносин; нові форми економічної, правової іноземної допомоги; формування механізму вираженої взаємодії вітчизняних державних органів та приватного бізнесу з представництвами ТНК в Україні; створення умов для залучення та оптимального використання іноземних інвестицій тощо. Проте, в силу дії несприятливих факторів, передусім, продовження військових дій РФ в Україні, окреслені проблеми розвитку МЄВ, та, зокрема, ті, що ґрунтуються на сучасних можливостях національного експортного потенціалу, необхідно досліджувати з метою забезпечення наукового обґрунтування заходів їх оптимального використання та коригування стратегічних орієнтирів трансформації системи міжнародних господарських зв'язків нашої держави.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Ціль статті полягає у дослідженні передумов та напрямів здійснення трансформації системи міжнародних економічних відносин України, зокрема основних її структурних ланок, зовнішньоторговельних відносин, економічних стосунків, пов'язаних з міжнародною міграцією робочої сили, передусім, вітчизняних трудових ресурсів, відносин щодо умов надання нашої державі матеріальної та фінансової допомоги, застосування міжнародних політичних економічних, правових механізмів, спрямованих на досягнення територіальної цілісності та повномасштабного суверенітету нашої держави.

Виклад основного матеріалу. Міжнародні економічні відносини нашої країни відіграють суттєву роль у розвитку національного господарства, суспільного життя, зростання добробуту населення. На початку набуття незалежності наша держава мала достатньо розвинутий промисловий комплекс, аграрний сектор, науково-технічний потенціал, сферу послуг, інфраструктурні галузі, систему

освіти та охорони здоров'я. Як один із синтезуючих показників, що характеризував рівень розвитку нашої країни у той період, можуть слугувати приклади створення вітчизняних космічних ракет «Зеніт» — найкращих у світі у своєму класі, започаткування світових стандартів технологій електрозварювання, на кінець Україна за існуючим власним ядерним арсеналом була третьою державою світу. На жаль, з часом наші науково-технічні та оборонні позиції в силу політичних, економічних, фінансових, кадрових чинників були до певної міри втрачені. Натомість останнім часом економічний, науково-технічний, соціальний розвиток нашої країни значно постраждав від глобальних кризових явищ, зокрема, у сфері фінансів, охорони здоров'я (пандемія Covid-19), і особливо, з початком у 2014 році, військових дій РФ проти нашої країни, що стали у 2022 році повномасштабною війною з народом України.

Наслідком ворожого вторгнення РФ стали значні руйнування вітчизняної промисловості, сільського господарства, об'єктів критичної та цивільної інфраструктури, закладів освіти, охорони здоров'я, вимушена внутрішня та іноземна міграція значної частини населення окупованих ворогом територій, прифронтових та інших областей нашої країни. Це відображають і загальні показники економічного розвитку вітчизняного господарства. За період війни економіка України скоротилася на 33,4% [21], обсяг ВВП зменшився на 37,2% [21], безробіття становило 40% [22], та стагфляція — 21,5% [21]. Значно скоротилися обсяги виробництва важливих галузей вітчизняної промисловості: металургії, хімічної промисловості, машинобудування сфери транспортних послуг. Суттєво також зменшились обсяги зовнішньої торгівлі: експорту на 32,3%, імпорту на 23,9% [23].

Треба зазначити, що складна економічна ситуація залишиться в нашій державі і в наступному році. Про це свідчать статті державного бюджету України на 2023 рік [24]. Зокрема, доходи до державного бюджету заплановано у суммі 1,33 трлн. грн., видатки — 2,64 трлн. грн., дефіцит бюджету — 1,31 трлн. грн., граничний державний борг — 6,42 трлн. грн., інфляція становитиме 28%, що на 21,8% більше ніж у 2021 році. За попередніми розрахунками для стабілізації розвитку вітчизняної економіки у 2023 році потрібно 50 млрд. дол. США [25].

В цілому, падіння обсягу ВВП у 2022 році, скорочення обсягу зовнішньоторговельного обороту, зменшення чисельності населення, зокрема частки активної робочої сили, зайнятої у суспільному

виробництві, відтік іноземних інвестицій, зростання витрат з державного бюджету на зміцнення обороноздатності нашої країни, збільшення державного боргу, що зрівнявся з обсягом ВВП, безперечно, об'єктивно призвели до трансформації вітчизняних міжнародних економічних відносин. У даному контексті, на наш погляд, необхідно розглядати трансформацію МЕВ України, по-перше, як процес перебудови та адаптації до існуючого, реального стану економічного, фінансового, науково-технічного підґрунтя їх здійснення. По-друге, процес трансформації МЕВ України має розвиватись шляхом набуття виважених напрямів розвитку, зорієнтованих на світовий досвід впровадження їх інноваційних форм і методів функціонування та сучасних викликів науково-технічного прогресу.

Розгляд напрямів трансформації МЕВ України у теоретичному аспекті передбачає уточнення змісту останніх, конкретних їх форм прояву, методів здійснення, зв'язку та співвідношення з категорією ЗЕД України. У якості загального визначення змісту МЕВ України, їх варто розглядати як систему відносин між державами світу та їх представниками з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг. У цьому полягає їх економічна сутність. Щодо конкретних форм реалізації МЕВ України то вони на наш погляд, становлять зміст ЗЕД України. З позицій такого підходу можна відмітити діалектичний зв'язок між МЕВ України і ЗЕД України, який об'єктивно існує між ними як між сутністю явища і формою його прояву. Враховуючи таке органічне поєднання МЕВ України і ЗЕД України як цілісного утворення, необхідно відмітити багатогранність напрямів його розвитку, які під кутом зору аналізу їх трансформації потребують окремого дослідження.

Зважаючи на сучасні реалії функціонування вітчизняного господарства і вагомість його розвитку міжнародних відносин обміну та розподілу, доцільно зосередити увагу, перш за все, на трансформації міжнародних торговельних відносин нашої країни та відносин у сфері розподілу трудових ресурсів, формування еміграційних потоків, участі у світовому ринку праці. Окремо заслуговує на увагу розгляд інститутів політичної, економічної, правової співпраці держав-партнерів України у напрямі забезпечення цілісності, національного суверенітету, як основи для проведення ефективної трансформації міжнародних економічних відносин нашої країни.

Трансформація МЕВ України у сфері обміну передбачає розгляд стану такої його складової

як міжнародних торговельних відносин нашої країни. За час військової агресії РФ, зовнішньоторговельний оборот України значно скоротився, як зазначалось вище, і оцінювався у 80,3 млрд. дол. США [23]. Особливо, у першій половині 2022 року, значне падіння обсягів експорту було характерним для хімічних продуктів — на 68,9%, металів та виробів з них — на 57,2%, машин, устаткування і транспортних засобів — на 43,2%, мінеральної продукції — на 30,7%. Значно скоротилися обсяги імпорту, насамперед, машин та устаткування — на 20,4% [28]. Така ситуація у сфері зовнішньоторговельних відносин нашої держави об'єктивно призвела до суттєвої трансформації структури експорту та імпорту, зміні співвідношення вартісних і кількісних показників оцінки головних товарних позицій вітчизняного зовнішньоторговельного обороту.

В умовах війни важливим напрямом трансформації міжнародних торговельних відносин України є переміщення центру ваги експортно-імпортних операцій у центральні та західні регіони нашої країни. Про це свідчать, зокрема, дані про динаміку обсягу експорту та імпорту по регіонам нашої країни.

Дані, наведені в таблиці, свідчать про суттєві зрушення у напрямі концентрації вітчизняних експортно-імпортних операцій, що, передусім, викликано агресією РФ проти нашої країни. Основна тенденція цього процесу полягає у зростанні обсягів експорту та імпорту в окремих центральних та західних областях та суттєве їх зменшення у східних та південних регіонах нашої країни. Так, частка Вінницької області до загального обсягу експорту України у 2021 році становила 1,9%, а у 2022 році — 3,3%. Відповідно, по Львівській області ці показники зросли з 4,3% до 6,7%; по Закарпатській з 2,5% до 4,4%. За цей період, відповідно, зменшились ці показники по Донецькій області з 10,3% до 0,8%, по Луганській з 0,2% до 0,0% та по Харківській з 2,6% до 1,9%. З врахуванням наведеної характеристики трансформації зовнішньоторговельного потенціалу нашої країни, у регіональній площині, є підстави вважати, що цей вектор нарощування обсягів експорту-імпорту буде зростати, що потребує мобілізації використання існуючих сировинних, енергетичних, матеріальних, науково-технічних і трудових ресурсів.

Щодо перспектив трансформації зовнішньоторговельних відносин нашої держави, то їх можна узагальнити у наступному. По-перше, з врахуванням наслідків війни, основним завданням є від-

будова, поновлення матеріально-технічної бази підприємств експортного профілю, досягнення стабільного рівня функціонування вітчизняної зовнішньої торгівлі. По-друге, доцільно в умовах сьогодення стимулювати подальший розвиток зовнішньоторговельного потенціалу у регіонах, що останнім часом формують основні статті експорту та імпорту нашої країни, за рахунок залучення іноземних інвестицій, державної фінансової підтримки, використання можливостей приватного бізнесу. По-третє, суттєвим напрямом трансформації міжнародних торговельних відносин є врахування глобальних тенденцій розвитку світового ринку товарів і послуг. У даному зв'язку, перш за все, йдеться про зрушення у структурі виробничих та обслуговуючих ланок зовнішньоторго-

вельного комплексу, спрямованих на зміцнення конкурентних позицій у інноваційних сегментах світового ринку, зокрема, у сфері інформаційно-комунікативних технологій, утримання та посилення провідної ролі на ринку аграрної продукції, використання переваг геотериторіального розташування нашої країни шляхом проведення модернізації транзитної інфраструктури.

У даному контексті заслуговує на увагу співпраця України з державами-партнерами, міжнародними організаціями, передусім ООН, щодо розблокування міжнародних транзитних коридорів у рамках погодження спільної угоди «Зернова ініціатива». Її реалізація дозволила експортувати значні обсяги вітчизняної зернової продукції в межах укладених торговельних угод з країнами

Таблиця 1

Регіональні обсяги зовнішньої торгівлі України товарами у 2021 та 2022 роках (у %)

	2021		2022	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
	у % до заг. обсягу	у % до заг. обсягу	у % до заг. обсягу	у % до заг. обсягу
Області України	100,0	100,0	100,0	100,0
Вінницька	1,9	1,0	3,3	1,1
Волинська	1,2	2,5	2,3	3,7
Дніпропетровська	17,9	8,1	15,7	7,6
Донецька	10,3	2,6	0,8	0,3
Житомирська	1,1	0,9	1,6	2,0
Закарпатська	2,5	2,3	4,4	3,3
Запорізька	7,0	2,8	8,0	2,6
Івано-Франківська	1,7	1,4	1,5	1,2
Київська	3,7	7,7	4,6	6,5
Кіровоградська	1,5	0,4	1,8	0,5
Луганська	0,2	0,4	0,0	0,0
Львівська	4,3	6,5	6,7	10,0
Миколаївська	5,1	1,6	4,1	1,6
Одеська	2,5	3,2	4,8	3,9
Полтавська	4,7	2,6	4,6	2,4
Рівненська	1,0	0,8	1,7	0,9
Сумська	1,6	1,2	1,5	1,0
Тернопільська	1,0	0,7	1,6	0,9
Харківська	2,6	3,3	1,9	2,3
Херсонська	0,6	0,4	0,2	0,1
Хмельницька	1,3	0,9	1,6	1,3
Черкаська	1,3	1,4	2,6	1,3
Чернівецька	0,3	0,3	0,6	0,8
Чернігівська	1,7	0,7	1,5	0,5
м. Київ	22,5	42,6	22,3	39,4

Джерело: складено авторами на основі [29]

Європи, Азії, Африки. Всього з початку виконання цієї угоди з портів Великої Одеси вийшло 456 суден. На них було перевезено 10,7 млн. тонн агропродукції, перш за все до країн, де склалася складна продовольча ситуація [28]. Така форма здійснення експортних операцій вимушена військовим блокуванням РФ вітчизняних портів. Проте, треба відмітити, що зазначене транспортне забезпечення експортних операцій України сприяло, в цілому, стабілізації рівня вітчизняного зовнішньоторговельного обороту. Тому, використання даного експортного проекту можна також віднести до об'єктивного сучасного інструменту трансформації МЕРУ.

Окремо треба відмітити вплив ТНК на трансформацію зовнішньої торгівлі нашої держави, які майже повністю контролюють світові ринки та впроваджують нові форми міжнародних виробничих відносин, наприклад, таких як мережеві ланки створення вартості продукції. Останні передбачають здійснення підприємницької діяльності представництв, філіалів, відділень, підприємств ТНК, у тому числі, і на території України, що можна розглядати, як сучасні трансформаційні зміни у розвитку міжнародних економічних відносин на території нашої держави.

З огляду на сучасну демографічну ситуацію в Україні, важливим напрямом трансформації міжнародних економічних відносин є аналіз участі вітчизняних трудових ресурсів у світовому ринку праці. Нагальність розгляду цієї проблеми зараз постає особливо гостро у зв'язку з масштабами еміграції вітчизняної робочої сили. За оцінкою міжнародного валютного фонду обсяг вимушеної міграції у нашій країні перевищує 7,8 млн. чоловік, що становить 1/5 населення України [26]. Зокрема, кількість виїхавших українців до Польщі становила 1,5 млн. чоловік, до ФРН — 1 млн., до Чехії — 455 тис., до Італії — 171,5 тис. та до Іспанії — 150,4 тис. [26] Відтік за кордон вітчизняної робочої сили вимагає трансформації відносин щодо регулювання цього процесу та врахування глобальних тенденцій розвитку світового ринку праці.

Зараз під впливом глобалізації відбуваються значні зміни в умовах створення та функціонування національних ринків праці, а також у розвитку міждержавної міграції робочої сили в масштабі світового економічного простору. Зростання потреб глобальної економіки у іноземній робочій силі різної кваліфікації стимулює процеси трудової міграції та, як наслідок, залучення у міжнародну виробничу діяльність іноземних трудових ресурсів. Необхідно відмітити, що вплив глобалі-

зації на сферу зайнятості, трансформацію національних і регіональних ринків праці, а також на міграцію робочої сили проявляється по-різному в процесі формування світового ринку праці.

Однією з характерних рис глобалізації є також поступове зняття обмежень у переміщенні робочої сили між національними ринками та активізація міграційних рухів на ринках праці. Загалом, в результаті економічних перетворень у міжнародному середовищі, відбувається зміна ролі людини, людського капіталу та ринку праці як найбільш вагомих складових сучасної економіки знань. Зараз центральне місце на ринку праці належить вже новому робітнику, рисами якого є мобільність, освіченість, здатність знаходити у будь-якій країні земної кулі, відповідно до власних можливостей та здібностей, різні види працевлаштування.

Системна трансформація економіки України у напрямі розвитку ринкових відносин охоплює всі сфери національного суспільного виробництва і знаходить своє конкретне кінцеве відображення у рівні ефективності використання факторів останнього. Головним з них є робоча сила, раціональне застосування якої у процесі переходу до ринку може здійснюватися на основі розв'язання низки суперечностей об'єктивного та суб'єктивного характеру. Вони обумовлені загальним рівнем та істотним спадом розвитку національного господарства, недостатньою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції на світових ринках, політичною та фінансовою нестабільністю, недостатнім нормативно-правовим забезпеченням регулювання національного ринку праці, значною часткою тіньової економіки тощо.

За таких умов розв'язання проблем безробіття, працевлаштування, збільшення робочих місць, гарантованої та належної оплати праці, підвищення життєвого рівня населення вимагає, по-перше, зосередження державних та підприємницьких структур на всебічному використанні природних, виробничих, науково-технічних, трудових ресурсів та фінансових коштів у масштабах всієї країни й особливо на галузевому та регіональних рівнях.

По-друге, суттєвим напрямом розв'язання зазначених питань є налагодження стабільного господарського співробітництва України і насамперед безпосередніх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з іноземними партнерами, створення умов для формування сприятливого інвестиційного клімату. Останнє має орієнтуватися не лише на залучення в нашу економіку іноземних інвестицій, отримання цільових довгострокових міжнародних кредитів. Не менш важливими є заходи,

які проводяться законодавчою та виконавчою гілками влади, з легалізації та використання в нашому господарстві грошових коштів вітчизняних підприємницьких структур, які знаходяться на їх рахунках у фінансових установах за кордоном.

По-третє, необхідно враховувати переваги, позитивні фактори, які мають місце при включенні України у світовий економічний простір. З позиції окреслених питань наша країна має, зокрема, виважено брати на озброєння світовий досвід діджиталізації виробничих процесів, оплати праці, відповідного оподаткування, соціального захисту, підготовки кадрів і т.п. Поряд з цим інтеграція України в систему світового господарства передбачає і більш активну участь, у тому числі й на взаємній основі, у світовому ринку праці, дієвому регулюванні його окремих сегментів на національному, міждержавному рівнях у межах спеціальних міжнародних організацій. Зважаючи на те, що зараз вплив цього фактору на національну систему оптимального використання трудових ресурсів не є домінуючим, в кількісному вимірі незначний, його вага в майбутньому, безперечно, буде більш суттєвою.

Характеризуючи можливі трансформаційні напрями включення України у світовий ринок праці, слід мати на увазі, що цей процес органічно пов'язаний з міжнародним поділом праці. У теоретичному плані, міжнародний поділ праці трактується як метод раціонального використання суспільної праці в межах світового господарства. Такий підхід значно розширює спектр форм прояву міжнародного поділу праці, до будь-якої зовнішньоекономічної ситуації, яка здійснюється між партнерами на взаємовигідній основі. Звідси участь України в різноманітних формах міжнародного поділу праці, відповідно, означає розширення сфери її взаємодії зі світовим ринком праці.

У сучасних умовах Україна є повноцінним суб'єктом світового ринку праці й повинна у своїй зовнішній політиці враховувати об'єктивні тенденції, що притаманні його розвитку. Йдеться, насамперед, про інтенсифікацію цього процесу. Поряд з цим у процесі розробки стратегічних орієнтирів управління трудовими ресурсами, в цілому, та на рівні окремих груп працездатного населення доцільно враховувати дію об'єктивних стимулів, що спонукають еміграцію в Україні. До них належать, по-перше, незадовільні економічні умови життя працездатного населення. Його, насамперед, характеризують низький рівень заробітної плати, зубожіння значної частини населення, інфляція, зростання вартості життєво необхідних

послуг. По-друге, порівняно високий та стабільний рівень оплати праці в основних еміграційних центрах, що орієнтує на можливе задоволення існуючих потреб працездатних. По-третє, порівняно високий рівень організації управління трудовими процесами, сучасне технічне забезпечення виробництва. По-четверте, потреба в робочій силі за кордоном, належний рівень соціального захисту працюючих, існування умов для реалізації їх ініціативи, творчого пошуку, підприємницької діяльності в країнах-реципієнтах. По-п'яте екологічний стан країни-донора і країни-реципієнта, охорона навколишнього середовища. По-шосте, чинники політичного, військового, релігійного, національного, культурного характеру, що спонукають відтік робочої сили за кордон.

Наведені стимули, звичайно, визначають напрями участі України у світовому ринку праці. Орієнтири тут у різних груп, від'їжджаючих за межі нашої країни, різні. Проте найбільш вагомим тут залишається рівень потенційної заробітної плати, яка залежить від кваліфікації працюючих за кордоном. Звідси у процесі здійснення національної політики у сфері використання трудових ресурсів варто зосередити увагу на державних інтересах розвитку регіонів, галузей, видів виробництва через пошук шляхів дієвого стимулювання праці у визначених пріоритетних напрямках економіки. При цьому може мати місце й використання іноземних спеціалістів з метою досягнення істотних результатів від реалізації інноваційних господарських проєктів.

Окремим напрямом регулювання участі України у світовому ринку праці має стати створення механізму оптимального використання трудових ресурсів на інтернаціональному рівні. Такий механізм, по суті, становить сукупність принципів, форм, методів, які використовуються нашою країною при здійсненні міжнародної міграційної діяльності. У структурі цього механізму можна виділити п'ять блоків. По-перше, це інформаційний блок, де зосереджується інформація як про власні, так і про потреби в робочій силі і країн-реципієнтів. По-друге, це програмно-координаційний блок, у межах якого розроблюються концепції, положення дво- і багатосторонніх тривалих програм, фіксуючих можливості використання робочої сили на взаємовигідних засадах. По-третє, це організаційно-економічний блок, до якого можуть входити форми організації міжнародних міграційних процесів, конкретні напрями використання робочої сили в межах існуючих форм, господарського співробітництва між

країнами світового співтовариства. По-четверте, це блок вартісних важелів, які мають втілюватись у вартості робочої сили в країнах-реципієнтах, рівні номінальної і реальної заробітної плати. По-п'яте, це правовий блок. До нього входять принципи, норми, положення. умови національного законодавства про порядок здійснення заходів щодо участі України, її представництв, юридичних, фізичних осіб у світовому ринку праці. Сюди також належать міждержавні угоди між країнами експортерами й імпортерами робочої сили, де головне місце мають займати умови трудової діяльності працюючих, підвищення кваліфікації, особливості соціального захисту. Важливою складовою цього блоку є нормативно-правове забезпечення таких міжнародних організацій, як МОП та МОМ. Положення правових документів цих організацій про регламентацію робочого часу, механізми руху робочої сили, гарантії заробітної плати, належного забезпечення умов праці та життя, соціальний захист, працю дітей та жінок, професійно-технічне навчання, страхування є вихідним у процесі розробки відповідних національних нормативно-правових актів та міждержавних угод про використання робочої сили. Формування та послідовне застосування дієвого механізму участі України у світовому ринку робочої сили дає змогу визначити певні наслідки здійснення цього процесу.

З погляду на національну стратегію використання трудових ресурсів участь України у міжнародному поділі праці та світовому ринку праці може оцінюватись позитивно в силу незворотності та формування більш ефективних структур інтернаціонального виробництва як на території нашої держави, так і в межах світового господарства. Позитивним та перспективним наслідком тут є можливість використання переваг міжнародного менеджменту, сукупного науково-технічного потенціалу країн світового співтовариства.

У межах стратегічних орієнтирів можна визначити й окремі конкретні наслідки зазначеного процесу. До них належать певне зниження рівня безробіття, підвищення кваліфікації робочої сили, підвищення життєвого рівня працюючих за кордоном та їх сімей, надходження інвестицій та кредитів, валюти, зростання конкурентоздатності товарів, зниження соціальної напруги тощо.

Серед несприятливих наслідків участі нашої країни у світовому ринку праці можна зазначити такі, як: зменшення трудового потенціалу країни, відтворення якого вимагає значних коштів та часу, зниження темпів науково-технічного прогресу в нашій державі, уповільнення росту

внутрішнього валового продукту, зменшення надходжень до державного бюджету та інші. Проте немає підстав для абсолютизації позитивних чи негативних наслідків участі України у світовому ринку праці або якогось окремого з них. Їх всебічне вивчення та комплексний аналіз є важливою умовою оптимізації механізму участі нашої країни у світовому ринку праці та здійснення трансформації МЕР України у напрямі виваженого використання вітчизняних трудових ресурсів на національному та інтернаціональному рівнях.

З метою забезпечення трансформації МЕР України варто спиратись на політичну, фінансову, матеріальну, правову допомогу країн світової спільноти, які підтримують нашу державу у війні з РФ та сприяють відновленню її суверенітету. Одним із важливих напрямів такої співпраці є запровадження міжнародних економічних санкцій (МЕС) до РФ.

Запровадження міжнародних економічних санкцій (МЕС) країнами світової спільноти до окремих суб'єктів-порушників, загальноприйнятих норм міжнародного права, зафіксованих у відповідних документах, передусім ООН, інших міжурядових організацій, національному законодавстві держав-акторів глобальної всебічної співпраці є традиційним та, як свідчить світовий досвід, дієвим інструментом забезпечення суверенітету, недоторканності національних кордонів, невтручання у внутрішні справи, рівності партнерів у сфері взаємовигідної господарської взаємодії.

У даному зв'язку слід зазначити, що Україна, світове співтовариство у протидії військовій агресії РФ керується положеннями конкретних документів міжнародного права та національного законодавства, у яких чітко визначено зміст МЕС та їх спрямованість на захист національного суверенітету в тому числі нашої країни. Йдеться, перш за все, про статтю 1 та 2 Статуту ООН, Конституцію України (статті 1 та 2), Закон України про санкції та інші правові документи, де визначені межі недопустимості порушення суверенних прав нашого народу [18, 19, 20].

Що стосується України, у даному зв'язку, по-перше, треба відзначити санкційну підтримку 41 країни світу нашої держави у боротьбі проти РФ. Вона охоплює комплекс загальних санкцій, а саме: дипломатичних, економічних, фінансових, військових, торговельних, соціальних, демографічних, екологічних, інноваційних, науково-технічних, інформаційних, комунікативних, культурних, персональних та інших. По-друге, торкаючись регіональної спрямованості МЕС про-

ти РФ варто відзначити, що їх здійснюють в основному провідні економічно розвинуті країни світу, зокрема США, переважна більшість держав ЄС, Великобританія, Канада, Японія, Австралія, Тайвань, Корея та інші. По-третє важливою особливістю запровадження МЕС до РФ є їх чітко визначений секторальний напрям. Він передбачає введення великого спектру обмежувальних заходів, які значно стримують розвиток провідних галузей, видів виробництва, підприємницької діяльності та всього господарства країни-агресора. Йдеться, перш за все, про згортання, припинення економічних зв'язків у промисловості, зокрема, енергетичній, видобувній, металургійній, машинобудівній галузях, приладобудуванні, автомобілебудуванні, будівництві, у сфері транспортних сполучень, зв'язку, логістики, залучення іноземних інвестицій, реалізації інноваційних та космічних проектів, банківської діяльності тощо.

По-четверте, означені санкції характеризуються чіткою цілеспрямованістю та конкретними масштабами, і часовими межами. На сьогоднішній час проти РФ вже запроваджено понад 6500 санкційних заходів, що є найбільшою їх кількістю в історії застосування МЕС. Серед основних фактологічних даних про обсяги санкційних заходів проти РФ варто відзначити замороження її валютних резервів за кордоном на суму понад 300 мільярдів доларів США і введення у дію газогону Північний потік-2, припинення господарських зв'язків з російськими суб'єктами підприємницької діяльності 62 найбільших іноземних компаній, припинення лізингових операцій у авіаційній галузі, відключення окремих банків від системи SWIFT, введення ЄС персональних санкцій проти 351 депутата російської Державної Думи та інші. Необхідно відмітити пакетний характер МЕС проти РФ, що постійно продовжує чисельно зростати. Так, за визнання РФ окупованих територій як державних утворень (ДНР, ЛНР) до РФ застосовано перший пакет МЕС. Далі за військове вторгнення на Україну набули практичної дії 8 пакетів МЕС. А на черзі вже здійснюється розробка 9-го пакету МЕС, який передбачає повноцінне відключення російських банків від системи SWIFT, заборону на в'їзд до країн Європейського Союзу для громадян держави-терориста Росії та обмеження на російські енергоресурси [24].

По-п'яте, застосуванням МЕС проти РФ, безумовно, веде до обмеження та припинення використання основних господарських та інноваційних екзогенних джерел її економічного розвитку. Внаслідок дії МЕС у РФ скорочуються обсяги ВВП, зростають військові витрати, тіньова економіка,

безробіття, інфляція, зменшуються можливості використання переваг світового науково-технічного потенціалу, знижується рівень життя населення, наростає соціальна напруга у суспільстві тощо.

У межах розгляду сучасних МЕС, що застосовуються до РФ у зв'язку з її агресією проти нашої країни треба особливо відмітити допомогу, яку надають держави світу Україні, серед яких лідерами є Польща, Естонія, Латвія, США, Литва. Україна отримала €84 млрд. міжнародної допомоги від початку повномасштабного російського наступу. З цієї суми €39 млрд. становить військова допомога, €32 млрд. — фінансова, €13 млрд. — гуманітарна. Ще €10 млрд. — витрати на утримання переміщених осіб [27]. Ці кошти використовуються для зміцнення вітчизняного військового, економічного потенціалу, вирішення гуманітарних, соціальних, інфраструктурних, енергетичних проблем, які значно поглибилися останнім часом.

В цілому, всебічна підтримка та матеріальна, фінансова і соціальна допомога країн світової спільноти сприяє забезпеченню умов для відновлення національного суверенітету України в межах принципів, обов'язків і прав, які має наша держава як засновник і член ООН. Враховуючи наслідки агресії РФ проти нашої держави, набуття Україною повномасштабного суверенітету можливе при здійсненні, зокрема, наступних передумов. По-перше, беззастережно має бути поновлена територіальна цілісність нашої держави шляхом повернення тимчасово окупованих територій. По-друге, досягнення беззастережного підтвердження в рамках відповідних багатосторонніх міжнародних договорів, що передбачають обов'язкову участь провідних країн світового співтовариства, недоторканності національних кордонів нашої держави. По-третє, країна-агресор має у повному обсязі відшкодувати заподіяні матеріальні збитки від руйнування нею об'єктів вітчизняного господарського комплексу, втрати житлового фонду українського народу, фінансово компенсувати жертви серед мирного населення та поновлення здоров'я постраждалих від військових дій. Зосередження зусиль України та дружніх їй держав у зазначених напрямках, без сумніву, приведе до утвердження національного суверенітету нашої держави у тих законодавчо закріплених межах, які існували на час проголошення її незалежності. Це стане запорукою проведення повномасштабної трансформації МЄВ, яка охопить всю територію нашої держави і створить умови для розширення та ефективного функціонування зовнішньоекономічних стосунків України.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведене дослідження трансформації МЕВ України дає підстави для наступних висновків.

1. Визначені передумови, що зумовили здійснення трансформації МЕВ України. До них віднесені: по-перше, розвиток процесу глобалізації світового господарства, що охоплює всі його структурні ланки, у тому числі економічні стосунки між державами та їх представниками; виклики постіндустріальної революції; поглиблення міжнародного поділу праці, інтеграційних процесів; диверсифікація світового ринку товарів, капіталів, робочої сили, послуг, інтелектуальної власності. По-друге, агресія РФ проти України, що призвела до окупації окремих територій нашої держави; руйнувань промислових об'єктів критичної та цивільної інфраструктури, комунікацій, закладів освіти, охорони здоров'я; вимушеної міграції та еміграції населення, робочої сили. По-третє, необхідність у відмічених несприятливих умовах впровадити виважені заходи, що спрямовані на забезпечення стабільного функціонування МЕВ України.

2. Обґрунтовано зміст діалектичного взаємозв'язку категорій МЕВ України та ЗЕД України, які характеризують цілісне системне утворення — світогосподарські зв'язки нашої країни, та, відповідно, співвідносяться як його сутнісні риси МЕВУ та багатогранні форми і методи їх прояву ЗЕДУ.

3. Визначені загальні напрями трансформації МЕВ України по-перше, проведення структурної територіальної перебудови, переміщення підприємств, робочої сили у безпечні райони країни, та їх адаптації до використання регіональних ресурсів; по-друге, налагодження співпраці з країнами-партнерами, міжнародними інституціями задля підтримання та оперативного реформування вітчизняного експортного потенціалу; по-третє, в умовах дії глобальних трансформаційних процесів

реформування МЕВ України має враховувати інноваційні форми, інструменти розвитку світогосподарських зв'язків, сукупний досвід, переваги господарської взаємодії економічно розвинених країн.

4. Визначені напрями стабілізаційної трансформації зовнішньоторговельних відносин України, що передбачають: зростання експортного потенціалу регіонів; погодження з країнами-партнерами відкриття заблокованих торгових транспортних коридорів; раціональне використання об'єктів експортної інфраструктури.

5. Виокремлені особливості проведення трансформації відносин, щодо участі України у світовому ринку праці, зокрема, розв'язання проблем з працевлаштуванням, соціальним захистом переселенців з України; напрями адаптації до сучасних структурних зрушень у світовому ринку праці в сторону зростання потреби до залучення іноземної, в тому числі вітчизняної, висококваліфікованої робочої сили до розвинутих країн; формування належних умов праці для робітників, спеціалістів у межах нашої країни з метою стримання емігрантських настроїв.

6. Обґрунтована роль застосування економічних санкцій країнами партнерами України до РФ як факторів впливу на досягнення припинення війни та набуття повномасштабної цілісності і національного суверенітету, що є однією з основних умов проведення раціональної трансформації МЕВ України.

7. Пріоритетними перспективами подальшого дослідження проблем трансформації МЕВ України можна вважати: а) зростання міжнародного забезпечення цифровізації національної економіки; б) прискорений розвиток надання міжнародних інформаційно-комунікативних послуг; в) формування можливостей для використання інноваційних діджитал технологій у вітчизняних галузях та видах виробництва експортного профілю.

Література

1. Adams F.G. Globalization Today and Tomorrow. London; New York, 2011
2. Браун С. Іноземна допомога на практиці / пер. з англ. К.: Основи, 1994. 185 с. ISBN 5-7707-5624-1
3. Гальчинський А. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи: Методологічні аспекти. К.: Либідь, 2006. С. 240–267.
4. Герасимчук З.В., Гонто О.І. Транснаціоналізація економіки регіонів України: Теорія, методологія, практика. Луцьк, 2011. 264 с.
5. Guida J.G. Internationale Volkswirtschaftslehre. Eine Empirische Einfduhrung. Stuttgart, 2007.
6. Keeley B. International Migration. The Human Face of Globalisation. OECD. Paris, 2009.
7. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей / Пер. с англ. М., 1992.

8. Lukenbach H. Grundlagen der Internationalen Wirtschaftspolitik // Internationale Handels-politik. Munchen, 2010.
9. Мельник Т.М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції. К., 2007. 396 с.
10. Поліщук Л.С. Економіка та зовнішньоекономічні зв'язки України. К., 2013.
11. Puntigliano A.R. 21-st century Geopolitics: Integration and Development in the Age of Continental States // Territory, Politics, Governance. 2017. Vol. 5. Nr. 4.
12. Salvatore D. International economics. Trade and Finance. Singapore, 2014. 787 p. URL: <https://www.academia.edu/31514196/Salvatore>
13. Сиденко В.Р. Глобализация — европейская интеграция — экономическое развитие: украинская модель. К., 2011. Т. 2. 448 с.
14. Стаканов Р.Д. Регіональна політика регулювання міжнародної трудової міграції. Ужгород, 2017. 462 с.
15. Філіпенко А.С. Міжнародні торгівельні зв'язки України: генезис і структура. Навч. посіб. К.: Знання України, 2008.
16. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини. Історія. Теорія. Політика. Київ: «Либідь», 2019. 890 с.
17. Шнирков О.І. Торговельна політика ЄС щодо України. Актуальні проблеми міжнародних відносин, 2004. № 45, Ч. 2. С. 202–206.
18. Статут ООН, Організація Об'єднаних Націй. Збірник документів. Документ № 995010 від 16.09.2005. Ст. 1, 2.
19. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. Ст. 1, 2.
20. Закон України «Про санкції», прийнятий 14 серпня 2014 року.
21. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiyniy-zvit-lipen-2022-roku>
22. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/20/novyna/ekonomika/skorochnyya-vvp-ta-bezprecedentnyj-deficyt-byudzhetu-mvf-oczynyly-naslidky-vijny-ekonomiky-ukrayiny>
23. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7e82c6e6-e65b-44ae-8a9a-48b6851f6d47&tag=Infografika-import->
24. URL: https://ukurier.gov.ua/media/newspaper/adv/2022-11-30/30_P1-16Lr.pdf
25. URL: <https://forbes.ua/money/u-2023-mu-ukrainska-ekonomika-pripinit-padinnya-ale-yakim-bude-zrostannya-chogo-chekati-biznesu-nastupnogo-roku-03112022-9445>
26. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/yakyyx-krayinax-yevropy-najbilshe-ukrayinskyx-bizhenciv>
27. URL: <https://forbes.ua/inside/polshcha-estoniya-ssha-ta-shche-17-krain-yaki-naybilshe-dopomagayut-pid-chas-viyni-reyting-druziv-ukraini-vid-forbes-24082022-7895>
28. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/11/14/693788/>
29. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/oep/oep_u/arh_oep2021.html

References

1. Adams F.G. Globalization Today and Tomorrow. London; New York, 2011
2. Braun S. Inozemna dopomoha na praktytsi / per. z anhl. K.: Osnovy, 1994. 185 s. ISBN 5-7707-5624-1
3. Halchynskiy A. Hlobalni transformatsii: kontseptualni alternatyvy: Metodolohichni aspekty. K.: Lybid, 2006. S. 240–267.
4. Herasymchuk Z. V., Honta O. I. Transnatsionalizatsiia ekonomiky rehioniv Ukrainy: Teoriia, metodolohiia, praktyka. Luts'k, 2011. 264 s.
5. Guida J.G. Internationale Volkswirtschaftslehre. Eine Empirische Einfduhrung. Stuttgart, 2007.
6. Keeley B. International Migration. The Human Face of Globalisation. OECD. Paris, 2009.
7. Lindert P. Kh. Ekonomika mirokhozaystvennykh svyazey / Per. s angl. M., 1992.
8. Lukenbach H. Grundlagen der Internationalen Wirtschaftspolitik // Internationale Handels-politik. Munchen, 2010.
9. Melnyk T.M. Mizhnarodna torhivlia tovaramy v umovakh hlobalnoi konkurentsii. K., 2007. 396 s.
10. Polishchuk L.S. Ekonomika ta zovnishnoekonomichni zviazky Ukrainy. K., 2013.
11. Puntigliano A.R. 21-st century Geopolitics: Integration and Development in the Age of Continental States // Territory, Politics, Governance. 2017. Vol. 5. Nr. 4.
12. Salvatore D. International economics. Trade and Finance. Singapore, 2014. 787 r. URL: <https://www.academia.edu/31514196/Salvatore>

13. Sidenko V.R. Globalizatsiya — evropeyskaya integratsiya — ekonomicheskoe razvitie: ukrainskaya model. K., 2011. T. 2. 448 s.
14. Stakanov R.D. Rehionalna polityka rehuliuivannia mizhnarodnoi trudovoi mihratsii. Uzhhorod, 2017. 462 s.
15. Filipenko A.S. Mizhnarodni torhivelni zviazky Ukrainy: henezys i struktura. Navch. posib. K.: Znannia Ukrainy, 2008.
16. Filipenko A.S. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. Istoriia. Teoriia. Polityka. Kyiv: «Lybid», 2019. 890 c.
17. Shnyrkov O.I. Torhovelna polityka YeS shchodo Ukrainy. Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn, 2004. № 45, Ch.2. S. 202–206.
18. Statut OON, Orhanizatsiia Obiednanykh Natsii. Zbirnyk dokumentiv. Dokument № 995010 vid 16.09.2005. St. 1, 2.
19. Konstytutsiia Ukrainy. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). 1996. № 30. St. 1, 2.
20. Zakon Ukrainy «Pro sanktsii», pryiniaty 14 serpnia 2014 roku.
21. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiyniy-zvit-lipen-2022-roku>
22. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/20/novyna/ekonomika/skorochennya-vvp-ta-bezprecedentnyj-deficyt-byudzhetu-mvf-oczynyly-naslidky-vijny-ekonomiky-ukrayiny>
23. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7e82c6e6-e65b-44ae-8a9a-48b6851f6d47&tag=Infografika-import->
24. URL: https://ukurier.gov.ua/media/newspaper/adv/2022-11-30/30_P1-16Lr.pdf
25. URL: <https://forbes.ua/money/u-2023-mu-ukrainska-ekonomika-pripinit-padinnya-ale-yakim-bude-zrostannya-chogo-chekati-biznesu-nastupnogo-roku-03112022-9445>
26. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/yakyy-krayinax-yevropy-najbilshe-ukrayinskyx-bizhencziv>
27. URL: <https://forbes.ua/inside/polshcha-estoniya-ssha-ta-shche-17-krain-yaki-naybilshe-dopomagayut-pid-chas-viyni-reyting-druziv-ukraini-vid-forbes-24082022-7895>
28. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/11/14/693788/>
29. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/oep/oep_u/arh_oep2021.html

Бугай Надія Олександрівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аудиту
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*
Bugay Nadia
*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Auditing
Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman*
ORCID: 0000-0003-4670-935X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8496

ВИСНОВОК ЕКСПЕРТА-ЕКОНОМІСТА ЯК ВИЧЕРПНЕ ДЖЕРЕЛО ДОКАЗІВ ТА ЙОГО ОЦІНКА

EXPERT ECONOMIST'S OPINION AS AN INEXHAUSTIBLE SOURCE OF EVIDENCE AND ITS ASSESSMENT

Анотація. Розвиток науки, вдосконалення організаційних та процесуальних форм застосування спеціальних знань у запроваджених справах будь-якого виду судочинства відкриває великі можливості для швидкого і повного розкриття злочинів і сприятиме зниженню злочинності в нашій країні. Практична експертна діяльність у сфері виявлення та припинення фінансово-економічних правопорушень, а також вирішення суперечок у галузі бухгалтерського обліку, оподаткування та в цілому у сфері економіки, виключно важлива з точки зору захисту інтересів держави, суспільства, всіх громадян України, вимагає розробки нових комплексних науково-практичних підходів до економічної експертизи. В наш час боротьба з економічною злочинністю посідає особливе місце. Виходячи з цього необхідно значно підвищити ефективність правоохоронної роботи, особливо на стадіях досудового розслідування та судового розгляду запровадженої справи будь-якого виду судочинства. Внаслідок чого підвищується значення висновку експерта-економіста як джерела доказів в процесі доказування. Особливо сьогодні коли відбуваються «якісні» способи підготовки, вчинення і приховання злочинів, збільшується їх кількість тяжких та особливо тяжких, які досить ретельно плануються і вчиняються професійно підготовленими особами та організованими злочинними групами. В таких випадках розібратися в механізмі вчинення злочину, довести винність осіб по слідах, залишених на місці його вчинення неможливо без проведення економічної експертизи і отримання висновку експерта-економіста. При вчиненні правопорушень та злочинів в економічній сфері використовуються, як правило, сучасні досягнення науки та техніки, що ускладнює діяльність правоохоронних органів і вимагає від них правильного розуміння сутності висновку експерта, відокремлення доказів даного виду від інших, а також порядок їх збирання та оцінки. Сьогодні в процесуальному законодавстві України закріплено принцип того, що жоден доказ для суду не має встановленої сили і буде оцінюватися виключно за внутрішнім переконанням, заснованим на проведенні повноцінного і всебічного розслідування. Отже, висновок експерта-економіста являє собою результат заздалегідь проведеного дослідження, яке призначається безпосередньо правоохоронними органами і повинно проводитися при дотриманні конкретних процесуальних правил з подальшою оцінкою особи або органу, ким було призначена сама економічна експертиза, що зумовлює актуальність теми даної статті.

Ключові слова: висновок, економічна експертиза, експертне дослідження, правопорушення, економічний злочин, економічна сфера, судочинство, бухгалтерський облік.

Summary. The development of Science, improvement of organizational and procedural forms of application of special knowledge in introduced cases of any type of legal proceedings opens up great opportunities for rapid and complete detection of crimes and will contribute to reducing crime in our country. Practical expert activity in the field of detection and suppression of financial and economic offenses, as well as dispute resolution in the field of accounting, taxation and in general in the field of economics, is extremely important from the point of view of protecting the interests of the state, society, and all citizens of Ukraine, requires the

development of new comprehensive scientific and practical approaches to economic expertise. Nowadays, the fight against economic crime occupies a special place. Based on this, it is necessary to significantly improve the effectiveness of law enforcement work, especially at the stages of pre-trial investigation and judicial review of an introduced case of any type of legal proceedings. As a result, the importance of the expert economist's conclusion as a source of evidence in the proof process increases. Especially today, when there are «high-quality» ways of preparing, committing and concealing crimes, their number of serious and especially serious ones increases, which are quite carefully planned and committed by professionally trained individuals and organized criminal groups. In such cases, it is impossible to understand the mechanism of committing a crime, to prove the guilt of persons based on the traces left at the place of its commission, without conducting an economic expert examination and obtaining the opinion of an expert economist. When committing offenses and atrocities in the economic sphere, as a rule, modern achievements of Science and technology are used, which complicates the activities of law enforcement agencies and requires them to correctly understand the essence of the expert opinion, separate evidence of this type from others, as well as the procedure for collecting and evaluating them. Today, the procedural legislation of Ukraine establishes the principle that no evidence for the court has an established force and will be evaluated solely on the basis of internal conviction based on a full and comprehensive investigation. So, the conclusion of an expert economist is the result of a pre-conducted research, which is appointed directly by law enforcement agencies and should be conducted in compliance with specific procedural rules, followed by an assessment of the person or body by whom the economic expertise itself was appointed, which determines the relevance of the topic of this article.

Key words: conclusion, economic expertise, expert research, offense, economic crime, economic sphere, legal proceedings, accounting.

Постановка проблеми. Певна річ, що для розслідування економічних злочинів та розгляду господарських суперечок у суді необхідними є спеціальні знання в галузі бухгалтерського обліку, аналізу, аудиту, фінансів тощо. Саме тому правоохоронні органи повинні використовувати можливості різних галузей наукових знань та практичної діяльності з метою своєчасного виявлення протиправної діяльності, її документування технічними засобами фіксації, створювати належні умови для оперування отриманою інформацією під час судового розгляду та доказування обвинувачення. Для участі у проведенні тимчасового доступу до речей та документів та їх вилученні під час виконання слідчих (розшукових) дій (зокрема, огляду речей та документів) ефективнішим буде залучення спеціаліста — атестованого судового експерта-економіста. Саме йому, як особі, що безпосередньо здійснює економічну експертизу, відомо обсяг необхідних документів і речей, що згідно з методиками проведення експертиз, необхідні для того, щоб зібраних (вилучених) документів було достатньо для проведення експертизи та надання об'єктивного висновку, який згідно з КПК України належать до процесуальних джерел доказів [2]. Проте, існують деякі важливі моменти в цій області, на які треба зробити акцент, що визначає актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Достатньо вагомий внесок у вивченні існуючих питань різного характеру у складанні та оцінці висновку експерта-економіста зробили провідні українські науковці та практики як економічного

так і юридичного спрямування, зокрема: Г. Авдеева [1], К. Вертепна [2], Л. Дікань [3], О. Кожушко [3], В. Коновалова [1], М. Корінько [6], Г. Мумінова-Савіна [4], В. Понікаров [3].

Формулювання цілей статті. Мета даної статті полягає в розкритті сутності, особливостей та оцінці висновку експерта-економіста як результату проведення економічної експертизи, як засобу доказування та як вичерпне джерело доказів в діяльності судочинства.

Виклад основного матеріалу. Економічна експертиза являє собою дослідницький процес у пошуках істини в господарських правовідносинах з метою виявлення правопорушення правоохоронними органами. Згідно Інструкції 53/5 цей вид судової експертизи включає: експертизу документів бухгалтерського, податкового обліку і звітності; експертизу документів про економічну діяльність підприємств й організацій; експертизу документів фінансово-кредитних операцій [5].

Варто зазначити, що судово-економічна експертиза є досить поширеним напрямом судових експертиз. Вона виступає невід'ємною складовою системи правосуддя в Україні. Вчені трактують судово-економічну експертизу як з точки зору судочинства (спосіб доказу, процесуальна дія), так і з урахуванням функції перевірки, яку вона виконує (дослідження). Але найбільш ґрунтовним є розуміння судово-економічної експертизи як процесуальної форми дослідження [3]. Відповідно до вимоги Кримінально-процесуального кодексу, для призначення і проведення економічної експертизи потрібне подання експерту-економісту досить

великого масиву різних джерел інформації, попередньо вилучених слідчим, — адже сам експерт-економіст не має права збирати матеріали для експертного дослідження.

Отже, за допомогою економічної експертизи можна: визначити групу осіб, за якими, згідно за документальними даними, в період утворення нестачі або надлишків значилися грошові кошти (або товарно-матеріальні цінності), а також осіб, зобов'язаних забезпечувати виконання вимог бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю, недотримання яких встановлено в ході проведення економічної експертизи; виявити наявність фактичних даних, пов'язаних з нестачею або надлишками товарно-матеріальних цінностей; виявити порушення в організації ведення бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю, які сприяли його своєчасному виявленню; встановити умови, що сприяли вчиненню зловживань, і створити певні пропозиції, спрямовані на боротьбу з ними.

У процесі розслідування кримінальних, цивільних та адміністративних справ необхідно законне обґрунтування і законне рішення, а також надання доказів за обставинами справи (доведення — збір інформації, її дослідження, оцінка представлених доказів, а також їх використання), що мають значення для розслідування. У кожному випадку встановлюються всі юридичні та фактичні дані, пов'язані з виникненням, зміною і припиненням правовідносин з нормами законодавства. Ці відомості, документи і матеріали за визначенням суду, постанови органу, що веде справу, повинні бути долучені до матеріалів розслідуваної справи для отримання статусу доказу. Суд може мотивовано відмовити в залученні даних матеріалів в якості доказів до справи, але це може бути оскаржено учасниками процесу. Документи, предмети і речі, що містять відомості, що мають значення для справи і представлені учасниками процесу, можуть отримати статус доказу.

Однак, згідно з певною аналітикою в слідчій практиці існують два регіони: одні слідчі вилучають і інкорпорує до кримінальної справи всі джерела інформації, які вдалося виявити на певному підприємстві, за період роботи підозрюваних (обвинувачених) у вчиненні злочину без належної і необхідної систематизації; інші ж, навпаки, задовольняються дослідженням і залученням до справи лише тими джерелами інформації, в яких є сліди матеріального або інтелектуального підроблення. У першій ситуації масштаб кримінальної справи невинувато збільшується за рахунок інформації, яка не має ніякого значення для доказової бази.

Крім того, тут порушуються вимоги Кримінально-процесуального кодексу, що зобов'язують слідчого обмежитися вилученням джерел, що мають значення для кримінальної справи. У другій можна побачити, що створюються умови для висунення учасниками процесу різних версій в суді, які неможливо перевірити без дослідження взаємопов'язаних джерел інформації, відсутніх в матеріалах справи. Суд постає перед необхідністю витребувати додаткові джерела, які до цього часу можуть бути знищені або фальсифіковані. Треба зауважити, що взаємодія слідчого і експерта-економіста стає особливо актуальною, коли в справі є матеріали так званої «чорної» бухгалтерії, відомості з яких без обов'язкового їх процесуального закріплення з точки зору належності і допустимості експертом-економістом самостійно не можуть бути прийняті до уваги в якості об'єктів дослідження. Одним із доказів, які регламентуються законодавчими нормами, є експертний висновок.

У світлі стрімкого розвитку технологій і експертних методик з'являється можливість отримання більш точних результатів досліджень, а тому цінність висновку експерта як доказу зростає. Однак норми права, що регулюють питання призначення судової експертизи та використання висновку експерта при вирішенні справ будь-якого виду судочинства неповні, а іноді й суперечливі. Проблематика судових доказів є актуальною, оскільки багато судових помилок обумовлені саме прорахунками, допущеними в ході доказів: неправильним встановленням предмета і меж доказування, порушеннями процесуального порядку збирання, дослідження і оцінки доказів, неповнотою доказового матеріалу. Тоді як саме забезпечення повноти і якості доказового матеріалу у справі визначає ефективність всієї доказової діяльності і, в кінцевому рахунку, — правосуддя. Однією з ключових особливостей судової експертизи є оформлення її результатів особливим письмовим документом — висновком експерта. Цей документ є судовим доказом, отриманим в результаті спеціально проведеного за завданням суду дослідження.

Отже, висновок експерта взагалі, та висновок експерта-економіста зокрема — це документ в письмовій формі, передбачений законом, в якому відображені дослідження експерта по поставленим перед ним органом або особою, яка призначила експертизу, питань і сформульовані висновки. Структурно-експертний висновок складається з трьох частин (вступної, дослідницької та заключної) і повторює послідовність (логіку) проведеного дослідження. До висновку

експерта-економіста після експертного дослідження прикладаються додаткові джерела інформації — такі як таблиці, схеми, графіки, фото та інші ілюстровані матеріали, що підтверджують висновок експерта-економіста. У тексті дослідницької частини висновку на них робляться посилання. Кожен додаток супроводжується підписом експерта-економіста. Вони також мають доказове значення по всій суті справи, а не тільки слугують аргументованістю висновку експерта-економіста і є, за змістом експертного дослідження, його невід'ємною частиною.

До висновку експерта-економіста пред'являються наступні вимоги: відповідність процесуальним нормам (наприклад, аргументація доказів, доброякісність матеріалів, можливість присутності слідчого, обвинуваченого при проведенні експертизи); об'єктивність висновку (наприклад, підтвердження укладення проведених досліджень); повнота висновку експерта (наприклад, всебічне дослідження об'єкта експертизи); наукова обґрунтованість (наприклад, професійна обґрунтованість висновків); конкретність (наприклад, чіткість формулювання відповідей на питання і викладу фактів); характер викладу і стиль (наприклад, відповідність вимогам ділової мови і наукового стилю).

Слід зазначити, що особливий статус експертного висновку, зокрема експерта-економіста, обумовлений рядом факторів, а саме: а) проводити дослідження, формулювати висновки з поставлених правоохоронними органами при призначенні судово-економічної експертизи питань і підписувати сам висновок можуть лише особи, які володіють спеціальними знаннями у бухгалтерському обліку, аналізі, аудиті, фінансів тощо; б) призначення судово-економічної експертизи відбувається за спеціальною процедурою: вибір з участю сторін експертної установи або конкретного експерта; визначення кола питань, що підлягають вирішенню; прийняття рішення про надання експерту-економісту можливості застосовувати дозвільні методи дослідження; конкретний термін дослідження; в) проведення економічної експертизи базується на суворому застосуванні експертами наукових методів дослідження, що виключають суб'єктивну оцінку. На жаль, дотриманні всіх перерахованих вище процесуальних вимог не виключає ймовірність помилки або неповного проведення дослідження.

Висновок експерта-економіста не повинен містити зайвої юридичної термінології, так як це додасть документу юридичну спрямованість, що виходить за межі компетенції економічної експертизи;

включати складну професійну лексику, враховуючи юридичну освіту слідчого або судді; носити описовий характер без аналізу фактів; містити бездоказові операції.

Ознаками висновку експерта-економіста як доказу є: обов'язкова письмова форма відповідно до вимог законодавчо-нормативних актів; висновок експерта має доказове значення в тому випадку, якщо містить опис всього ходу дослідження. У висновку повинні міститися: інформація про дату оформлення; терміни, місце проведення експертизи; підстави для призначення самої експертизи; дані про орган/особу, яка винесла ухвалу (постанову) про призначення експертизи, відомості про орган експертизи (експерта), який проводив експертне дослідження, із зазначенням прізвища, імені, по батькові, освіти експерта, а також експертної спеціальності та стажу роботи з даної спеціальності, наукового ступеня (за наявності), посади експерта; відмітка з підписом про те, що він попереджений про відповідальність за дачу завідомо неправдивого висновку відповідно до законодавства України; перелік питань, які необхідно вирішити. Висновок експерта-економіста має бути зрозумілий для співробітників правоохоронних органів, прокурорів, суддів та інших осіб, тобто висновки мають бути доступні для розуміння і не вимагають спеціальних наукових знань. У дослідницькій частині висновку експерт описує дослідження таким чином, щоб будь-яка невідомою людина, що не володіє спеціальними науковими знаннями у сфері економіки, зміг зрозуміти висновок експерта і хід самого дослідження. Поряд з цим, експерт в дослідницькій частині не повинен допустити спрощення наукової мови і термінології і при описі посилається на спеціальні наукові терміни. У висновках повинні бути чіткі відповіді на поставлені запитання. Експерт-економіст може бути викликаний до особи, яка призначила експертизу, для роз'яснення незрозумілих моментів дослідницької частини висновку, а саме: уточнення кваліфікації експерта, методик, які він використовував, методів дослідження, пояснення термінології, питання за фактами і обставинами експертного дослідження. Відповіді, дані експертом на питання в ході допиту, можуть бути доказом, але тільки в частині пояснення по проведеному ним експертному дослідженню. У висновку викладається тільки та інформація, яку експерт-економіст може підтвердити фактичними даними, що містяться в системі бухгалтерського (податкового) обліку. Висновок експерта, що не відповідає вимогам, може бути визнано неприпустимим доказом.

Отже, висновок експерта, що складається за результатами проведеної ним судової експертизи, служить судовим доказом. Зміст висновку експерта, як і процес його отримання, законодавчо врегульовано процесуальними кодексами. Висновки, зроблені за підсумками проведеного дослідження, з точки зору експерта, є його професійною оцінкою, а з точки зору процесуальних категорій — тими самими фактичними даними, які суд надалі оцінює як доказ.

В принципі, за великим рахунком, зміст висновку експерта має забезпечити правосуддя від будь-якого викривлення інформації, дати можливість особі або органу, який призначив експертизу, оцінити висновок експерта, в необхідних випадках — перевірити правильність його висновків шляхом проведення повторної експертизи.

Необхідними критеріями оцінки висновку експерта взагалі, і експерт-економіста зокрема як джерела доказів слугують його належність, допустимість і достовірність. За першими двома критеріями оцінки зазвичай не виникає труднощів, а от оцінка достовірності висновку, яка передбачає оцінювання його наукової обґрунтованості, ефективності застосованих експертом методів дослідження і методик, об'єктивності висновків експерта ускладнена (а іноді неможлива). Вчені в усьому світі наголошують на тому, що через відсутність у суб'єктів оцінки висновків експерта спеціальних знань вони не можуть самостійно встановити їх достовірність. Це може призвести до помилок у прийнятті процесуальних рішень, виправити які лише в окремих випадках вдається в суді. Враховуючи складність оцінки висновку експерта за відсутності спеціальних знань, останнім часом суди України визнають важливість і правомірність незалежного рецензування висновків експерта, зазначаючи, що «невзяття до уваги» судами незалежної рецензії як доказу порушує принцип змагальності сторін [1]. Мається на увазі, що недосвідчений в областях знань бухгалтерського обліку, аналізу, аудиту, фінансів тощо учасник справи не зможе або насилу зможе оцінити висновок експерта. Встановити експертні помилки і відступ від застосовуваної методики під силу тільки фахівцеві у відповідній області. В такому випадку одна зі сторін змушена звернутися за консультацією фахівця, який може на професійному і компетентному рівні оцінити результати раніше проведеного дослідження — провести рецензування експертного висновку. Отже, щоб висновок експерта набув доказового значення, необхідно його оцінити. Точна оцінка доказу, тобто

висновку експерта-економіста, відіграє першорядну роль для законного і обґрунтованого рішення суду. Суд та особи, які беруть участь у справі, можуть задати питання експерту або експертам з метою роз'яснення та доповнення висновку. Здійснюється це в рамках допиту експерта. Оцінка висновку експерта-економіста базується на таких моментах, як: синтезі дотримання процесуального порядку призначення та проведення економічної експертизи; оцінці відповідності висновку експерта завданням; огляду повноти і, в той же час, лаконічності висновку; оцінки наукової обґрунтованості висновку; розгляду в ньому фактичних даних; зіставлення з іншими доказами по запровадженій справі. Оцінка висновку експерта вважається завершеною в разі, якщо суд визначить його доказову силу і значення в системі доказів. Оцінюючи висновок експерта, суд може визнати його: повним, науково-обґрунтованим і взяти в основу свого рішення разом з іншими доказами у справі; недостатньо ясным або неповним і призначити додаткову експертизу; необґрунтованим, що викликає сумнів у достовірності висновків і призначити повторну експертизу.

Висновок експерта-економіста не має будь-яких переваг перед іншими доказами і має оцінюватися за загальними правилами. У зв'язку з чим зіставлення його поряд з іншими матеріалами справи є необхідним елементом оцінки. Оцінка висновку експерта виключно з позицій обґрунтованості і порядку призначення і проведення експертизи, кваліфікації експерта-економіста, достатності вихідних даних, представлених на економічну експертизу, вибору методики дослідження і т.п., поза зв'язком з іншими доказами, зібраними у справі, може привести до прийняття неправильного рішення. Внаслідок того, що висновок експерта-економіста може значно вплинути на результат справи, залежність експерта від інших осіб, які беруть участь у справі, є підставою для його відводу (самовідводу). Тому, при виявленні такої залежності згодом, в ході розгляду справи при наявності проведеної експертизи і при відсутності самовідводу експерта можна поставити питання про неприпустимість використання висновку експерта як доказу у справі. Також на практиці, при використанні докази у вигляді висновку експерта, зустрічаються випадки, коли йому надають більшу значимість ніж іншим доказам, а також надмірно довіряють. Спостерігається завищена оцінка доказового значення висновку експерта, а при його використанні вважають, що раз висновок засновано на точних наукових розрахунках, то це достовірно і не підлягає сумніву.

Висновки. Згідно вищевикладеного, можна зазначити, що процедура експертного дослідження всього масиву бухгалтерських документів являється доказовим інструментом отриманих результатів при проведенні економічної експертизи господарюючих суб'єктів. Дані фактори та вимоги до них сучасного світу визначають потребу в економічних дослідженнях цілісності стану фінансово-економічних й правових постулатів, системності аналізу їх стану та застосування моделі експертиз з метою встановлення місця й ролі

економічної експертизи у фінансовій сфері держави, її розвитку. Дотримання при призначенні та проведенні економічної експертизи норм та правил законодавства кримінально-процесуального, вірне використання наданих інформаційних джерел будуть і надалі сприяти розкриттю економічних зловживань, встановленню дійсних сум завданих збитків і стягненню їх з винних, а також, що чи не найважливіше, прийняття необхідних попереджувальних заходів щодо збереження власності.

Література

1. Авдєєва Г.К., Коновалова В.О. Проблеми оцінки достовірності висновку експерта у кримінальному провадженні в Україні та в інших країнах. Актуальні питання судової експертизи і криміналістики: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф.-полілогу, м. Харків, 15–16 квіт. 2021 р. Харків, 2021. С. 5–6.
2. Вертепна К.О. Залучення спеціаліста під час призначення судово-економічної експертизи документів. Актуальні питання судової експертизи і криміналістики: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф.-полілогу, м. Харків, 15–16 квіт. 2021 р. Харків, 2021. С. 20–21.
3. Дікань Л., Понікаров В., Кожушко О. Судово-економічна експертиза: навч.-практ. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 221 с.
4. Мумінова-Савіна Г.Г. Судово-бухгалтерська експертиза: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ: КНЕУ, 2004. 268 с.
5. Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень: наказ М-ва фінансів України від 08.10.1998 р. № 53/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0705-98> (дата звернення: 30.12.2022).
6. Судова бухгалтерська експертиза: навч. посіб. / М. Корінко та ін. Київ: ТОВ «Август Трейд», 2015. 292 с.

References

1. Avdieieva H.K., Konovalova V.O. Problemy otsinky dostovirnosti vysnovku eksperta u kryminalnomu provadzhenni v Ukraini ta v inshykh krainakh. Aktualni pytannia sudovoi ekspertyzy i kryminalistyky: zb. materialiv mizhnar. nauk.-prakt. konf.-polilohu, m. Kharkiv, 15–16 kvit. 2021 r. Kharkiv, 2021. S. 5–6.
2. Vertepna K.O. Zaluchennia spetsialista pid chas pryznachennia sudovo-ekonomichnoi ekspertyzy dokumentiv. Aktualni pytannia sudovoi ekspertyzy i kryminalistyky: zb. materialiv mizhnar. nauk.-prakt. konf.-polilohu, m. Kharkiv, 15–16 kvit. 2021 r. Kharkiv, 2021. S. 20–21.
3. Dikan L., Ponikarov V., Kozhushko O. Sudovo-ekonomichna ekspertyza: navch.-prakt. posib. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia, 2017. 221 s.
4. Muminova-Savina H.H. Sudovo-bukhhalterska ekspertyza: Navch.-metod. posib. dlia samost. vyvch. dystsypliny. Kyiv: KNEU, 2004. 268 s.
5. Pro zatverdzhennia Instruksii pro pryznachennia ta provedennia sudovykh ekspertyz ta ekspertnykh doslidzhen ta Naukovo-metodychnykh rekomendatsii z pytan pidhotovky ta pryznachennia sudovykh ekspertyz ta ekspertnykh doslidzhen: nakaz M-va finansiv Ukrainy vid 08.10.1998 r. № 53/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0705-98> (data zvernennia: 30.12.2022).
6. Sudova bukhalterska ekspertyza: navch. posib. / M. Korinko ta in. Kyiv: TOV «Avhust Treid», 2015. 292 s.

Шерстюк Олександр Леонідович
*доктор економічних наук, доцент,
провідний науковий співробітник
Відділу обліку та оподаткування
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»*
Sherstiuk Oleksandr
*Doctor of Economics, Associate Professor,
Leading Researcher of the Accounting and Taxation Department
National Scientific Center «Institute of Agrarian Economics»*
ORCID: 0000-0002-9866-511X

Дем'яненко Тетяна Євгенівна
*молодший науковий співробітник
Відділу обліку та оподаткування
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»*
Demianenko Tetiana
*Junior Researcher of the Accounting and Taxation Department
National Scientific Center «Institute of Agrarian Economics»*
ORCID: 0000-0002-8536-027X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8473

ПАРАМЕТРИЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

PARAMETERIZATION OF THE MANAGEMENT ACCOUNTING ANALYTICAL FUNCTION

Анотація. Вирішенню завдань системи управління підприємством сприяє функціонування управлінського обліку. Серед функцій, які він виконує, особливе значення має аналітична. Її важливість обумовлена зацікавленістю суб'єктів управління в отриманні розуміння змісту господарських процесів, алгоритмів визначення результатів діяльності, чинників, які визначають відповідні показники, характеристики їх впливу.

Завдання управлінського обліку, вирішенню яких сприяє його аналітична функція, стосуються різних аспектів діяльності підприємства. Отримані від управлінського обліку дані використовуються на етапах планування, прийняття та реалізації управлінських рішень, обліку і контролю та регулювання. Зміст даних стосується подій, що відбулися в минулому, відбуваються наразі та, як очікується, матимуть місце у майбутньому. Зазначене обумовлює взаємозв'язок систем управлінського обліку та економічного аналізу.

Для вирішення завдань управлінського обліку часто застосовується широкий спектр методичних прийомів економічного аналізу. Відповідні методи сприяють вирішенню завдань, пов'язаних з оцінюванням виконання кошторису, вибором інвестиційних проектів, на виконання яких мають бути спрямовані ресурси, визначенням доцільності співпраці з контрагентами, функціонування окремих сегментів діяльності та структурних підрозділів підприємства. Для цілей управлінського обліку застосовуються прийоми аналізу динаміки та структури показників, економіко-логічні та економіко-математичні методи економічного аналізу, математичне моделювання та програмування. З метою вирішення завдань управлінського обліку використовують не лише аналітичні прийоми, але й їх поєднання з іншими методами дослідження інформації. При цьому джерела отримання необхідних даних є тими ж, що й для економічного аналізу.

Проведене дослідження дало підстави констатувати, що реалізація аналітичної функції управлінського обліку передбачає інтеграцію та адаптацію характеристик економічного аналізу до параметрів, необхідних для виконання відповідних завдань. Зазначене має стати предметом подальших досліджень.

Ключові слова: управлінський облік, економічний аналіз, аналітична функція, система управління, методичні прийоми, інформаційне забезпечення.

Summary. The functioning of management accounting contributes to solving the tasks of the enterprise management system. Analytical is of particular importance among the functions it performs. Its importance is due to the interest of management subjects in obtaining the understanding of the content of business processes, algorithms for determining the results of activities, factors that determine the relevant indicators, and the characteristics of their influence.

Management accounting tasks, the solution of which is facilitated by its analytical function, relate to various aspects of the enterprise's activity. The data obtained from management accounting is used at the stages of planning, making and implementing management decisions, accounting and control and regulation. Data content refers to events that have occurred in the past, are currently occurring, and are expected to occur in the future. This determines the interrelationship of the tasks of the management accounting and economic analysis systems.

A wide range of methodological techniques of economic analysis is often used to solve the problems of management accounting. The appropriate methods contribute to the solution of tasks related to the assessment of the implementation of the estimate, the selection of investment projects for the implementation of which resources should be directed, the determination of the feasibility of cooperation with counterparties, the functioning of individual business segments and structural units of the enterprise. For the purposes of management accounting, the techniques of analyzing the dynamics and structure of indicators, economic-logical and economic-mathematical methods of economic analysis, mathematical modeling and programming are used. In order to solve management accounting problems, not only analytical methods are used, but also their combination with other methods of information research. At the same time, the sources of obtaining the necessary data are the same as for the economic analysis.

The conducted research gave reasons to state that the implementation of the analytical function of management accounting involves the integration and adaptation of the characteristics of economic analysis to the parameters necessary for the performance of relevant tasks. This should become the subject of further research.

Key words: management accounting, economic analysis, analytical function, management system, methodological techniques, information support.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Технологія формування, обґрунтування, реалізації та оцінювання результатів рішень, що генеруються в системі управління діяльністю економічних суб'єктів, зазнає перманентного удосконалення. Причиною цього є зміни, що відбуваються в самій фінансово-господарській діяльності, а також — у зовнішньому та внутрішньому середовищі економічних суб'єктів.

Внаслідок цього трансформуються окремі господарські процеси, їх змістовні характеристики, інформаційне та функціональне забезпечення. При цьому, зазнають модифікацій методи збору відповідних даних, їх суб'єктивне тлумачення суб'єктами системи управління, алгоритми обробки, а також систематизації й формалізації її результатів.

Зазначене реалізується, як правило, в системі бухгалтерського обліку, а саме — в її складовій, що ідентифікується як «управлінський облік». Варто відзначити, що управлінський облік в інтересах системи управління та осіб, зацікавлених в отриманні та використанні результатів її функціонування, виконує низку функцій, зміст яких визначається очікуваннями різних груп стейкхол-

дерів. На нашу думку, до таких функцій, серед іншого, може бути віднесена аналітична.

Її важливість обумовлюється, насамперед, існуванням інформаційних запитів зацікавлених осіб не лише стосовно безпосередніх результатів діяльності економічного суб'єкта, але й щодо визначення наявності впливу на їх формування низки чинників, які можуть мати якісні, кількісні та вартісні характеристики, оцінювання характеру та ступеня такого впливу, його наслідків тощо.

Відповідні інформаційні запити можуть бути вирішені на основі застосування різноманітних методичних підходів економічного аналізу. Одержані результати їх застосування матимуть вплив на рішення, що прийматимуть стейкхолдери щодо реалізації функцій системи управління. Такі рішення можуть стосуватися заходів, спрямованих на вибір продукції, її асортимент, обґрунтування її обсягів, співпраці з постачальниками сировини та покупцями товарів, інвестування в об'єкти основних засобів, визначення доцільності ліквідації окремих сегментів діяльності чи реструктуризації підприємства, встановлення обґрунтованих цін тощо.

Окреслені та інші аналітичні можливості, крім вирішення практичних завдань сприяє й перегляду певних теоретичних аспектів взаємного впливу

економічного аналізу та управлінського обліку. Це стосується, з одного боку, розширення спектру аналітичних прийомів, які можуть бути використані для досягнення цілей управлінського обліку, з іншого — може стосуватися поширення окремих організаційно-інформаційних параметрів управлінського обліку на вирішення завдань економічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто відзначити, що зміст і функціональне навантаження управлінського обліку знайшли широке відображення в наукових публікаціях. Вітчизняні (Л.В. Безкоровайна [1], Р.Ф. Бруханський [2], О.В. Буткевич [3], Н.В. Васюк [4], В. Голик [7], М.М. Зозуляк [10], О.А. Зоріна [11], О.М. Костенко [14], В.М. Костюченко, А.М. Малиновська, А.В. Мамонова [15], О.Д. Панченко [18], Л.О. Рубан, Л.В. Чуприна [20] та ін.) а також закордонні (А. Афірах (A. Afirah), Н. Мансон (N. Mansor) [22], І. Апак (İ. Apak), Х. Думан (H. Duman) [23], Н.Т. Буї (N.T. Bui), О.Т. Ле (O.T. Le), П.Т. Нгуєн (P.T. Nguyen) [24], Л.П. Грасо (L.P. Grasso), Т. Тисон (T. Tyson), К. Акройд (C. Akroyd), Л.Л. Бурні (L.L. Burney) [25], П. Нагірікандалаж (P. Nagirikandalage) [27], Б. Ойево (B. Oyewo) [28], Е. Педросо (E. Pedroso), К.Ф. Гомес (C.F. Gomes) [29] та ін.) розглядають відповідні питання, виходячи з необхідності розкриття теоретичного змісту і праксеологічного призначення управлінського обліку з урахуванням галузевих аспектів, функцій системи управління діяльністю економічних суб'єктів у різних країнах світу.

Зокрема, це стосується ідентифікації змістовних характеристик аналітичної функції управлінського обліку та формалізація аспектів її реалізації в інтересах економічних суб'єктів. При цьому, застосування аналітичної складової в цілях вирішення завдань управлінського обліку розкривається в контексті їх параметрів, формалізації інформаційних потоків, задоволення різнобічних інтересів стейкхолдерів, середовища фінансово-господарської діяльності тощо.

Так, Л.В. Безкоровайна [1], Н.В. Васюк [5], І.О. Гладій [6], В. Голик [7], Г.М. Колісник, Р.С. Шулла, В.В. Левкулич [12], Т.В. Косташ, І.Г. Шелюжак [13], О.М. Костенко [14], Ю.О. Ночовна [16], І.Й. Плікус, І.Ю. Черкас, К.В. Опенько [19], С.В. Сирцева, В.С. Кушнірук, І.О. Бондаренко [21] та ін. розкривають аспекти ідентифікації управлінського обліку в контексті формування інформаційного забезпечення суб'єктів управління діяльністю економічного суб'єкта.

Зокрема, Н.В. Васюк [5] вважає, що «управлінський облік як система передбачає збір та обробку

даних і в грошовому, і натуральному вимірнику. Це є основою з його переваг, особливо для виробничих підприємств, адже можливість визначення рентабельності як реалізованої, так і виробленої у звітному періоді продукції поглиблює аналіз та спрощує процес прийняття рішень» [5, с. 352].

Зокрема, Л.В. Безкоровайна зазначає, що «інформаційні потоки даних управлінського обліку формують базу для аналізу показників діяльності підприємства і є основою всіх управлінських рішень в області формування і використання фінансових результатів, планування і бюджетного регулювання основних фінансових показників» [1, с. 899].

О.О. Осадча та І.О. Левицька ідентифікують аналітичну функцію управлінського обліку на підставі її ототожнення з управлінським аналізом. На їх думку, «управлінський аналіз — це гармонійне поєднання економічного та фінансового аналізу, комплекс аналітики фінансових показників і показників ефективності виробничої діяльності, який є аналітично-інформаційною базою для ухвалення управлінських рішень [17, с. 190]. Водночас, аналітична функція обліку «передбачає визначення стану підприємства на підставі аналізу відхилень фактичних показників від планових, середньостатистичних даних за галуззю з метою встановлення причин і розроблення контрольних заходів із нейтралізації негативної динаміки» [17, с. 191].

Таким чином, в наукових публікаціях вітчизняних та закордонних дослідників та практикуючих фахівців розкривається широкий спектр характеристик управлінського обліку, його теоретичних аспектів, ролі в забезпеченні інформаційних потреб зацікавлених осіб. При цьому, автори обґрунтовують зміст окремих функцій, які реалізуються відповідальними особами, зокрема — аналітичної.

Проте, не применшуючи значення результатів попередніх досліджень в контексті вирішення теоретичних та практичних проблем функціонування управлінського обліку, вважаємо за необхідне констатувати відсутність в оприлюднених публікаціях ідентифікованих та певним чином систематизованих параметрів його аналітичної функції. Це обумовлює відсутність єдиних підходів до визначення її характеристик. Отже, існує потреба в ідентифікації аналітичної функції управлінського обліку на основі формалізації певного набору параметрів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Відтак, метою проведеного дослідження, результати якого викладені у цій публікації, є

формування низки параметрів, на основі яких може бути охарактеризований зміст аналітичної функції управлінського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для ідентифікації змісту аналітичної функції управлінського обліку пропонуємо, насамперед, визначити характерні для нього ознаки економічного аналізу. З цією метою, розглянемо такі характеристики, як визначення, призначення, інформаційне забезпечення та основні методичні прийоми.

Не заперечуючи обґрунтованості існуючих концепцій визначення економічного аналізу в контексті реалізації теорії пізнання, одного з загальнонаукових методів наукового дослідження (в тому числі і у сфері фінансово-господарської діяльності), розглянемо його визначення як прикладної характеристики.

Зокрема, колектив авторів під керівництвом Ф.Ф. Бутинця пропонує визначати економічний аналіз як «систему спеціальних знань для дослідження зміни та розвитку економічних явищ і процесів у їх взаємозв'язку та взаємообумовленості, з метою забезпечення цільового управління ними» [9, с. 9]. Не вступаючи в дискусію з авторами наведеного визначення, пропонуємо оцінити його основні елементи з точки зору їх застосовуваності в контексті дослідження функцій управлінського обліку.

На наше переконання, управлінський облік також може бути ідентифікований як «система спеціальних знань». Свідченням цьому є, насамперед, існування великої кількості теоретичних і практичних розробок і обґрунтувань, викладених в наукових публікаціях, оприлюднених за результатами проведених досліджень (аналіз частини з них було наведено у відповідному розділі цієї статті). При цьому, спеціалізація управлінського обліку обумовлена завданнями, які він має вирішувати в системі управління діяльністю економічних суб'єктів. Істотна частина таких завдань стосується оцінювання економічних процесів в контексті ідентифікації витрат, які з ними пов'язані, їх оцінювання як за загальною величиною, такі і за структурою й динамікою, окремо та у взаємозалежності з доходами й іншими витратами тощо. Іншими словами, для управлінського обліку є властивою цільова спрямованість його заходів, про що йдеться у наведеному визначенні економічного аналізу.

Варто підкреслити, що результати заходів управлінського обліку використовуються з метою

впливу на явища і процеси, які відбуваються під час фінансово-господарської діяльності, що також дає можливість констатувати існування його аналітичних механізмів, корисних для системи управління.

Водночас, вважаємо за доцільне визнати, що вирішенню завдань управлінського обліку сприяють й інші його аспекти. Так, інформація, що формується у відповідних записах, впливає на поведінку відповідальних осіб як під час її формування, так і в процесі використання. Натомість, окремі процедури управлінського обліку та їх результати безпосередньо визначають багатоваріантність управлінських рішень тощо.

Проте, в контексті теми дослідження акцентуємо увагу безпосередньо на характеристиках економічного аналізу як основи аналітичної функції управлінського обліку.

Для розуміння змісту аналітичної функції, виходячи з контексту проведеного дослідження, пропонуємо розглянути параметри економічного аналізу через визначення його мети та завдань.

Існує підхід, який передбачає визначення основної мети аналізу в управлінні підприємством як «виявлення причинних зв'язків між подіями (отриманими кінцевими результатами, станом параметрів господарських процесів) і умовами, які призвели до даних подій або які можуть виникнути в майбутньому. Відповідно, економічний аналіз забезпечує оцінку здійснення події (факту) і встановлення умов, за яких ці події відбулися, тобто готують необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень» [9, с. 18].

Під час дослідження змісту управлінського обліку виявлено, що в процесі вирішення таких його завдань, як планування та оцінювання витрат, з метою оптимізації управління запасами, інвестиціями в об'єкти основних засобів, визначення обсягів беззбиткової та прибуткової діяльності застосовується підхід, який ґрунтується саме на ідентифікації взаємозв'язку очікуваних або вже понесених витрат та оціночних значень параметрів, що характеризують наведені процеси. При цьому, саме на основі такої ідентифікації робляться базові припущення, на яких формалізуються адекватні моделі дослідження відповідних показників, визначення їх відповідності плановим або очікуваним значенням, а також обчислення критичних значень, досягнення яких змінюють зміст та характер управлінських рішень. Варто також відзначити, що відповідні результати заходів управлінського обліку можуть бути використані як для оцінювання минулих подій, так

і в контексті планування діяльності економічного суб'єкта у майбутньому.

Завдання управлінського обліку, які можуть бути вирішені на основі реалізації його аналітичних можливостей, пропонується узагальнити у табл. 1.

Як свідчать дані, викладені у табл. 1, основні завдання управлінського обліку реалізуються в межах змісту функцій системи управління діяльністю економічного суб'єкта. При цьому, результати відповідних заходів стосуються трьох періодів функціонування підприємства: попереднього, теперішнього та майбутнього. Це ще один параметр функціональної характеристики управлінського обліку, який відповідає характеристикам економічного аналізу (рис. 1).

Таким чином, основні завдання економічного аналізу, викладені на рис. 1, конкретизуються у завданнях управлінського обліку. Це дає підстави зробити висновок про належну обґрунтованість визнання відповідного параметру аналітичної функції управлінського обліку.

Важливим аспектом реалізації завдань управлінського обліку є вибір необхідних для цього методичних прийомів.

Не вступаючи в дискусію щодо змісту, призначення та ефективності окремих методичних прийомів економічного аналізу, розглянемо їх основні види та можливість застосування для вирішення завдань управлінського обліку.

Група авторів на чолі з Ф. Ф. Бутинцем визначають наступні види методичних прийомів та способів економічного аналізу:

- 1) методичні прийоми порівняння [9, с. 51];
- 2) використання абсолютних, відносних та середніх величин в економічному аналізі [9, с. 56];
- 3) побудова рядів динаміки для потреб економіки [9, с. 65];
- 4) індекси [9, с. 69];
- 5) прийоми групування інформації [9, с. 70];
- 6) прийом балансового узагальнення [9, с. 73];
- 7) прийоми графічного і табличного відображення даних [9, с. 75];

Таблиця 1

Завдання управлінського обліку, що можуть бути вирішені на основі застосування його аналітичних можливостей

Зміст завдань	Функції системи управління	Спрямованість у часі
Калькуляція витрат	Облік і контроль	Минуле
Визначення собівартості – готової продукції – реалізованої продукції – запасів – побічної продукції – бракованої продукції	Облік і контроль	Минуле
Визначення – оптимальної величини витрат – мінімально необхідного обсягу виробництва – оптимальної ціни одиниці виробу – мінімально необхідного обсягу реалізації – точки беззбитковості – зони прибутковості бізнеса – величини резервів	Планування	Майбутнє
Оцінювання – рентабельності – ефективності роботи центрів витрат	Облік і контроль	Минуле
Формування – кошторисів – графіків окупності проектів – планів інвестування	Планування	Майбутнє
Участь в – оптимізації витрат – процесах ціноутворення – оцінюванні співпраці з контрагентами – визначенні доцільності функціонування сегментів діяльності – обґрунтуванні організаційної структури економічного суб'єкта	Планування Формалізація управлінських рішень	Майбутнє Теперішнє

Джерело: авторська розробка

8) евристичні прийоми [9, с. 87].

Натомість, А.Д. Бутко розробив перелік методичних прийомів економічного аналізу, який охоплює:

- 1) абстрактно-логічні методичні прийоми;
- 2) описові (статистичні);
- 3) економіко-логічні (традиційні);
- 4) економіко-математичні [4, с. 56].

Варто також звернути увагу на особливості застосування аналітичних прийомів для досягнення

цілей інших сфер діяльності економічних суб'єктів, зокрема — аудиту.

Чинна редакція Міжнародних стандартів контролю якості, аудиту, оглядів, інших завдань з надання впевненості та супутніх послуг [26] дає визначення терміну «аналітичні процедури». Його зміст полягає в «оцінюванні фінансової інформації, зробленому на основі аналізу очікуваних взаємозв'язків між фінансовими та нефінансовими даними, що охоплюють необхідне вивчення іден-

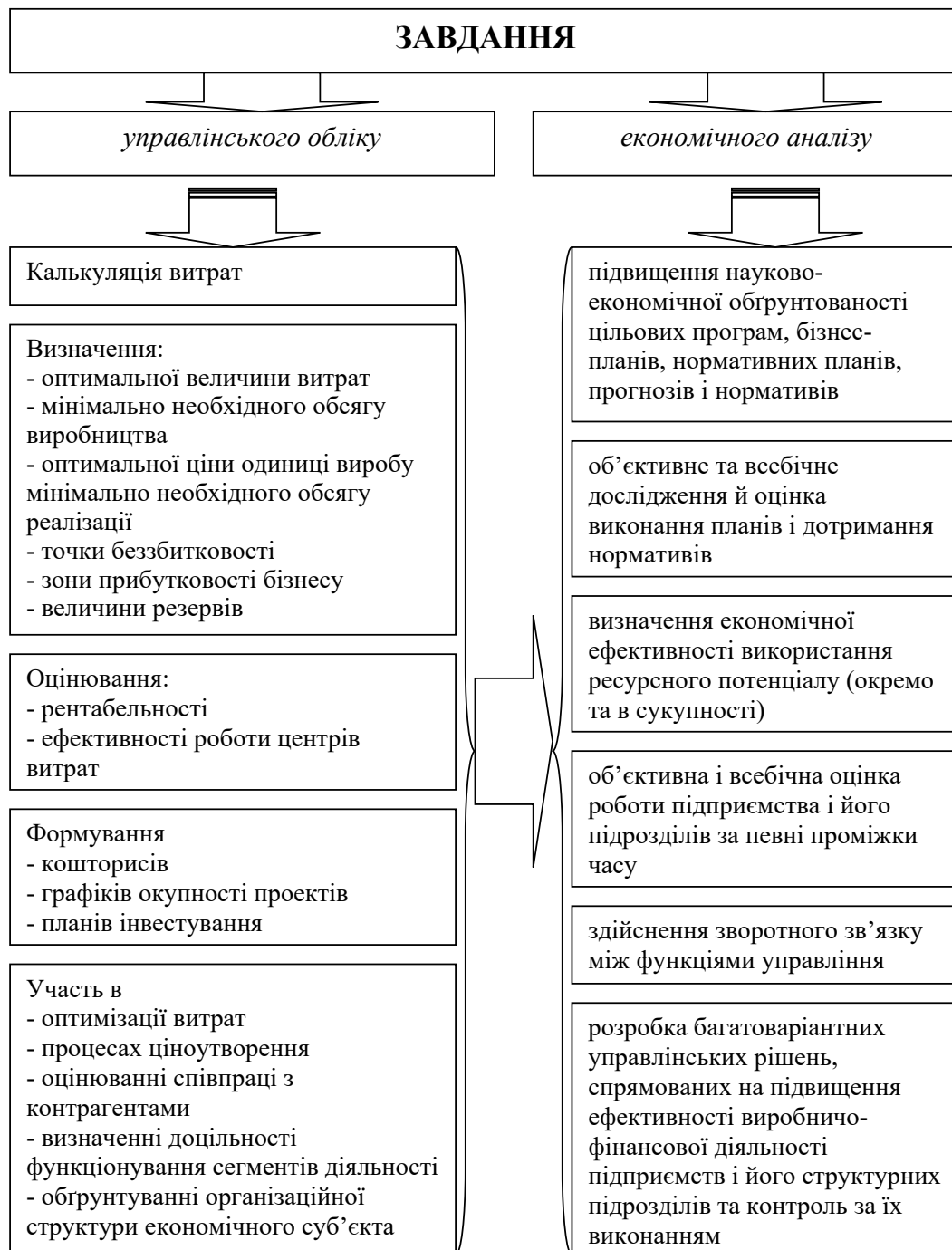


Рис. 1. Реалізація завдань управлінського обліку на основі економічного аналізу

Джерело: авторська розробка на основі [4; 9]

тифікованих відхилень або взаємозв'язків, які не узгоджуються з іншою доречною інформацією чи значно відрізняються від очікуваних величин» [26].

Таким чином, у наукових публікаціях, а також у нормативних документах визначається широкий спектр методичних прийомів, характерних для економічного аналізу. При цьому, їх застосування ґрунтується, як правило, на основі змісту вирішуваних завдань, наявних у суб'єкта виконання аналітичних заходів ресурсів, існуючих джерел інформації, прийнятності оцінок достовірності одержаних результатів тощо.

Зазначене також є характерним і у випадку, коли аналітичні прийоми використовуються для досягнення цілей управлінського обліку. Це пояснюється, зокрема, й певним рівнем подібності процедур, які мають бути виконані.

Насамперед, це стосується широким використанням в управлінському обліку підходів, які ґрунтуються на порівняння двох чи більше значень показників, за результатами якого формулюються відповідні висновки (прикладом такої ситуації можна визнати оцінку виконання планового кошторису або обґрунтування вибору інвестиційного проекту, на реалізацію якого мають бути спрямовані обмежені ресурси економічного суб'єкта).

Набуло значного поширення застосування в управлінському обліку елементів математичного моделювання. Цей методичний прийом використовується в обґрунтуванні критичних значень обсягів виробництва і реалізації продукції, управління запасами, визначення величини та динаміки маржинальних витрат, вибору управлінських рішень з кількох варіантів тощо.

З метою оптимізації витрат в управлінському обліку часто використовуються елементи математичного програмування, економіко-логічні та економіко-математичні методи аналізу, за результатами яких обґрунтовуються управлінські рішення стратегічного характеру.

Варто також відзначити широке використання суб'єктами управлінського обліку в поєднанні

з аналітичними методами інших груп методичних прийомів, зокрема — експертиз, економіко-правових, органолептичних та інших видів методів дослідження інформації. Це дає підстави констатувати складність структури методичного забезпечення управлінського обліку в контексті реалізації його аналітичної функції.

Застосування широкого спектру методичних прийомів (зокрема аналітичних) безпосередньо пов'язане з отриманням та обробкою необхідних даних, сукупність яких формує інформаційне забезпечення управлінського обліку. Серед джерел інформації, що використовуються для вирішення відповідних завдань, можуть бути виділені джерела облікового характеру та поза облікові джерела інформації. Аналогічні види джерел отримання даних ідентифікуються і в теорії економічного аналізу [9, с. 171–173; 4, с. 234].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, основні параметри, що розкривають сутність економічного аналізу, є характерними для заходів, що виконуються суб'єктами управлінського обліку. Іншими словами, можна констатувати, що аналітична функція управлінського обліку побудована на інтеграції до неї елементів економічного аналізу, їх адаптації до потреб у вирішенні певних завдань. Водночас, власне управлінський облік може розглядатися користувачами його результатів як аналітичний інструмент формалізації, вибору, впровадження та оцінювання результатів управлінських рішень.

Проте, зазначене свідчить про існування потреби в критеріях оптимізації аналітичного інструментарію в контексті удосконалення та методики управлінського обліку. Важливим, зокрема, вважаємо визначення обґрунтованості вибору значень аналітичних параметрів на основі інформаційного та ресурсного (в тому числі інформаційного) забезпечення та необхідності вирішення формалізованих завдань. Зазначені та інші аспекти, безумовно, потребують обґрунтування на основі результатів подальших досліджень.

Література

1. Безкоровайна Л.В. Взаємопоєднання інформаційних потоків управлінського і фінансового обліку для ефективного функціонування бухгалтерського обліку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. С. 896–901.
2. Бруханський Р.Ф. Ідентифікація специфічних функцій стратегічного управлінського обліку. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Вип. 1. С. 7–18.
3. Буткевич О.В. Функції управлінського обліку. Економічний простір. 2021. № 168. С. 118–124.
4. Бутко А.Д. Теорія економічного аналізу: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 411 с.

5. Васюк Н.В. Удосконалення обліку та аналізу витрат: управлінський аспект. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2012. Вип. 1. С. 350–356. URL: <http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v1/1-2012-57.pdf> (10.10.2022).
6. Гладій І.О. Обліково-аналітичне забезпечення в процесі реалізації стратегії підприємства. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 5(10). С. 136–139.
7. Голик В. Наукові підходи до визначення сутності управлінського обліку. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2018. № 1(13). С. 200–205. doi: 10.25140/2411-5215-2018-1(13)-200-205
8. Гуцаленко Л.В., Безух С.Ю. Контрольна функція управлінського обліку витрат виробництва продукції свинарства. Агросвіт. 2021. № 23. С. 33–38. doi: 10.32702/2306&6792.2021.23.33
9. Економічний аналіз: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит». За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. Житомир: ПП «Рута». 2003. 680 с.
10. Зозуляк М.М. Взаємозв'язок управлінського обліку та аналізу в контексті стратегічного управління підприємством. Економічний аналіз: зб. наук. праць. 2015. Т. 19. № 2. С. 201–206.
11. Зоріна О.А. Впровадження системи управлінського обліку на підприємстві: організаційний аспект. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 9. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8260>
12. Колісник Г.М., Шулла Р.С., Левкулич В.В. Концептуальні аспекти організації обліково-аналітичного забезпечення стратегічного управління витратами підприємства. Економічний простір. 2022. № 177. С. 62–68. doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/177-11>
13. Косташ Т.В., Шелюжак І.Г. Формування системи управлінського обліку на підприємстві. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2021. № 5. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.78>
14. Костенко О.М. Управлінський облік — інформаційна система прийняття рішень. Агросвіт. 2013. № 1. С. 26–30. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=1148&i=6> (10.10.2022).
15. Костюченко В.М., Малиновська А.М., Мамонова А.В. Генезис управлінського обліку в умовах перманентних змін. Економіка і суспільство. 2018. № 18. С. 933–942. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-130>
16. Ночовна Ю.О. Сутність управлінського обліку: процесно-функціональний та системний підходи. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. Вип. 18. Ч. II. С. 159–166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkn_tu_e_2010_18%282%29__29 (10.12.2022).
17. Осадча О.О., Левицька І.О. Управлінський аналіз як аналітична функція управлінського обліку. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2019. № 12(40). С. 188–192. doi: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-12\(40\)-188-192](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-12(40)-188-192)
18. Панченко О.Д. Механізм функціонування управлінського обліку в сільськогосподарських підприємствах. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 3(89). С. 129–136. doi: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-3\(89\)-129-136](https://doi.org/10.26642/ema-2019-3(89)-129-136)
19. Плікус І.Й., Черкас І.Ю., Опенько К.В. Управлінський облік в фінансовій функції підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. Вип. 4(04). С. 355–358. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/en/issue-4-2016> (10.12.2022).
20. Рубан Л.О., Чуприна Л.В. Роль та функції стратегічного управлінського обліку в системі стратегічного управління підприємством. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». 2016. № 27(1199). С. 53–57.
21. Сирцева С.В., Кушнірук В.С., Бондаренко І.О. Управлінський облік як основа контролінгу в системі управління аграрними підприємствами. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 31. С. 763–767. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/117.pdf (10.12.2022).
22. Afirah A., Mansor N. Management accounting practices of SMEs: The impact of organizational DNA, business potential and operational technology. Asia Pacific Management Review. 2018. Vol. 23(3). P. 222–226. doi: <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.014>
23. Apak İ., Duman H. The use of management accounting / strategic management accounting tools and effect on performance: A research in Turkey. Muhasebe Bilim Dnyası Dergisi. 2020. Vol. 22(4). P. 580–610. doi: <https://doi.org/10.31460/mbdd.634289>
24. Bui N.T., Le O.T.T., Nguyen P.T.T. Management Accounting Practices among Vietnamese Small and Medium Enterprises. Asian Economic and Financial Review. 2020. Vol. 10(1). P. 94–115. doi: <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.101.94.115>
25. Grasso L.P., Tyson T., Akroyd C., Burney L.L. The Association between Management Accounting Practices, Organizational Characteristics, and Facility Performance. Advances in Management Accounting. 2021. Vol. 33. P. 31–75. doi: <https://doi.org/10.1108/S1474-787120210000033002>

26. Handbook of international quality control, auditing, review, other assurance, and related services pronouncements. 2021. URL: <https://www.iaasb.org/publications/2021-handbook-international-quality-control-auditing-review-other-assurance-and-related-services> (Accessed 10 December 2022).
27. Nagirikandalage P. The resistance in management accounting practices towards a neoliberal economy. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 2021. Vol. 34(3). P. 616–650. doi: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2018-3793>
28. Oyewo B. Predictors of the effectiveness of management accounting function in Nigerian firms. *Scientific Annals of Economics and Business*. 2017. Vol. 64(4). P. 487–512. doi: <https://doi.org/10.1515/saeb-2017-0026>
29. Pedroso E., Gomes C.F. The effectiveness of management accounting systems in SMEs: a multidimensional measurement approach. *Journal of Applied Accounting Research*. 2020. Vol. 21(3). P. 497–515. doi: <https://doi.org/10.1108/jaar-05-2018-0059>

References

1. Bezkorovayna L.V. (2016). Vzaïmopoiednannia informatsiinykh potokiv upravlinskoho i finansovoho oblikiv dlia efektyvnoho funktsionuvannia bukhgalterskoho obliku pidpriemstva [Interconnection of information flows in management and financial accounting for effective functioning of the accounting business]. *Global and National Problems of Economics*, no. 14, pp. 896–901, available at: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2673-bezkorovajna-l-v-vzaïmopoednannia-informatsijnykh-potokiv-upravlinskogo-i-finansovogo-oblikiv-dlya-efektivnogo-funktsionuvannia-sistemi-bukhgalterskogo-obliku-pidpriemstva> (Accessed 10 December 2022) (in Ukrainian).
2. Brukhanskyi R. (2020). Identyfikatsiia spetsyfychnykh funktsii stratehichnoho upravlinskoho obliku [Identification of specific functions of strategic management accounting]. *The Institute of Accounting, Control and Analysis in the Globalization Circumstances*, vol. 1, pp. 7–18 (in Ukrainian).
3. Butkevich O.V. (2021). Funktsii upravlinskoho obliku [Functions of management accounting]. *Economic scope*, no. 168, pp. 118–124. doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/168-20> (in Ukrainian).
4. Butko, A. D. (2005). *Teoriia ekonomichnoho analizu: pidruchnyk* [The theory of economic analysis: a textbook]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t (in Ukrainian).
5. Vasiuk N.V. (2012). Udoskonalennia obliku ta analizu vytrat: upravlinskyi aspekt [Improvement of accounting and analysis of expenses: management aspect]. *Bulletin of Chernivtsi Institute of Trade and Economics*, vol. 1, pp. 350–356, available at: http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2012/v1/1-2012-57.pdf (Accessed 10 December 2022) (in Ukrainian).
6. Hladii I.O. (2017). Oblikovo-analitychne zabezpechennia v protsesi realizatsii stratehii pidpriemstva [Accounting and analytical supply in the process of implementing the strategy of the enterprise]. *Eastern Europe: economy, business and management*, vol. 5(10), pp. 136–139 (in Ukrainian).
7. Holyk V. (2018). Naukovi pidkhody do vyznachennia sutnosti upravlinskoho obliku. [Scientific approaches to defining the notion “managerial accounting”]. *Problems and prospects of economics and management*, no. 1(13), pp. 200–205. doi: [10.25140/2411-5215-2018-1\(13\)-200-205](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2018-1(13)-200-205) (in Ukrainian).
8. Gutsalenko L., Bezukh, S. (2021). Kontrolna funktsiia upravlinskoho obliku vytrat vyrobnytstva produktsii svynarstva [Control function of management accounting of expenses of production of pig production]. *Agrosvit*, no. 23, pp. 33–38. doi: [10.32702/2306&6792.2021.23.33](https://doi.org/10.32702/2306&6792.2021.23.33)
9. Butynets F.F. (ed.) (2003). *Ekonomichnyi analiz: navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv* [Economic analysis: a study guide for students of higher educational institutions]. Zhytomyr: PP “Ruta” (in Ukrainian).
10. Zozuliak M.M. (2015). Vzaïmozv'язok upravlinskoho obliku ta analizu v konteksti stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom [Interconnection between managerial accounting and analysis in the context of strategic management]. *Economic analysis: collection of scientific papers*, vol. 19, no. 2, pp. 201–206 (in Ukrainian).
11. Zorina O.A. (2022). Vprovadzhennia systemy upravlinskoho obliku na pidpriemstvi: orhanizatsiinyi aspekt [Implementation of the management accounting system at the enterprise: organizational aspect]. *International scientific journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences”*, no. 9. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8260> (in Ukrainian).
12. Kolisnyk G.M., Shulla R.S., Levkulych V.V. (2022). Kontseptualni aspekty orhanizatsii oblikovo-analitychnoho zabezpechennia stratehichnoho upravlinnia vytratamy pidpriemstva [Conceptual aspects of the organization of accounting and analytical support of strategic expenditure management of the enterprise]. *Economic scope*, no. 177, pp. 62–68. doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/177-11> (in Ukrainian).
13. Kostash T.V., Shelyuzhak I.G. (2021). Formuvannia systemy upravlinskoho obliku na pidpriemstvi [Creation of a management accounting system at the enterprise]. *Journal “Efektyvna ekonomika”*, no. 5. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.78> (in Ukrainian).

14. Kostenko O.M. (2013). Upravlinskyi oblik — informatsiina systema pryiniattia rishen [Management accounting is an information system for decision-making]. *Agrosvit*, no. 1, pp. 26–30, available at: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=1148&i=6> (Accessed 10 December 2022) (in Ukrainian).
15. Kostyuchenko, V. M., Malinovskaya, A. M., Mamonova, A. V. (2018). Henezys upravlinskoho obliku v umovakh permanentnykh zmin [Genesis of managerial accounting in permanent changes conditions]. *Economy and society*, no. 18, pp. 933–942. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-130> (in Ukrainian).
16. Nochovna U.O. (2010). Sutnist upravlinskoho obliku: protsesno-funktsionalnyi ta systemnyi pidkhody [Essence of the management account: process-functional and system approach]. *Scientific works of the Kirovohrad National Technical University. Economic sciences*, vol. 18, part II, pp. 159–166. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Np-kntu_e_2010_18%282%29_29
17. Osadcha, O. O., Levyt'ska I.O. (2019). Upravlinskyi analiz yak analitychna funktsiia upravlinskoho obliku [Managerial analysis as analytical function of managerial accounting]. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University, "Economics" series*, no. 12(40), pp. 188–192. doi: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-12\(40\)-188-192](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-12(40)-188-192) (in Ukrainian).
18. Panchenko O.D. (2019). Gear of functioning management accounting at agricultural enterprises. *Economics, Management and Administration*, no. 3(89), pp. 129–136. doi: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-3\(89\)-129-136](https://doi.org/10.26642/ema-2019-3(89)-129-136) (in Ukrainian).
19. Plikus I. Y., Cherkas I. Yu., Openko K. V. (2016). Upravlinskyi oblik v finansovii funktsii pidpryemstva [Management accounting in financial function enterprise]. *Eastern Europe: economy, business and management*, vol. 4(04), pp. 355–358, available at: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/en/issue-4-2016> (Accessed 10 December 2022) (in Ukrainian).
20. Ruban L.O., Chupryna L. V. (2016). Rol ta funktsii stratehichnoho upravlinskoho obliku v systemi stratehichnoho upravlinnia pidpryemstvom [The role and functions of management accounting in system of strategic management]. *Bulletin of National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)*, no. 27(1199), pp. 53–57.
21. Syrtseva S.V., Kushniruk V.S., Bondarenko I.O. (2019). Upravlinskyi oblik yak osnova kontrolinhu v systemi upravlinnia ahrarnymy pidpryemstvamy [Management accounting as the basis of controlling in the management system of agrarian enterprises]. *Market Infrastructure*, vol. 31, pp. 763–767, available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/117.pdf (Accessed 10 December 2022) (in Ukrainian).
22. Afirah A., Mansor N. (2018). Management accounting practices of SMEs: The impact of organizational DNA, business potential and operational technology. *Asia Pacific Management Review*, vol. 23(3), pp. 222–226. doi: <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.014>.
23. Apak İ., Duman H. (2020). The use of management accounting / strategic management accounting tools and effect on performance: A research in Turkey. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, vol. 22(4), pp. 580–610. doi: <https://doi.org/10.31460/mbdd.634289>
24. Bui N.T., Le O.T. T., Nguyen P.T. T. (2020). Management Accounting Practices among Vietnamese Small and Medium Enterprises. *Asian Economic and Financial Review*, vol. 10(1), pp. 94–115. doi: <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.101.94.115>
25. Grasso L.P., Tyson T., Akroyd C., Burney L.L. (2021). The Association between Management Accounting Practices, Organizational Characteristics, and Facility Performance. *Advances in Management Accounting*, vol. 33, pp. 31–75. doi: <https://doi.org/10.1108/S1474-787120210000033002>
26. Handbook of international quality control, auditing, review, other assurance, and related services pronouncements (2021), available at: <https://www.iaasb.org/publications/2021-handbook-international-quality-control-auditing-review-other-assurance-and-related-services> (Accessed 10 December 2022).
27. Nagirikandalage P. (2021). The resistance in management accounting practices towards a neoliberal economy. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 34(3), pp. 616–650. doi: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2018-3793>.
28. Oyewo B. (2017). Predictors of the effectiveness of management accounting function in Nigerian firms. *Scientific Annals of Economics and Business*, vol. 64(4), pp. 487–512. doi: <https://doi.org/10.1515/saeb-2017-0026>.
29. Pedroso E., Gomes C.F. (2020). The effectiveness of management accounting systems in SMEs: a multidimensional measurement approach. *Journal of Applied Accounting Research*, vol. 21(3), pp. 497–515. doi: <https://doi.org/10.1108/jaar-05-2018-0059>

Хадарцев Олександр Валентинович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Khadartsev Oleksandr

PhD, Associate Professor of the

Department of Economics, Entrepreneurship and Marketing

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

ORCID: 0000-0002-3520-4164

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8492

БІРЖОВІ ІНСТРУМЕНТИ МІНІМІЗАЦІЇ ЦІНОВИХ РИЗИКІВ РИНКУ АГРОПРОДУКЦІЇ EXCHANGE INSTRUMENTS FOR MINIMIZING THE PRICE RISKS OF THE AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET

Анотація. Розглянуто біржу як елемент оптової торгової інфраструктури аграрного ринку: сутність, функції, характеристики. Описано роль українського агросектору у світовому ринку, визначено фактори впливу на коливання цін на агропродукцію, зокрема зерно. У взаємозв'язку із факторами впливу на ціни, також розглянуто негативний вплив недостатнього розвитку сучасної біржової інфраструктури України, як-то: низький рівень фактичної активності українських товарних бірж, відсутність економічних передумов незважаючи на динаміку їхньої кількості, невиконання біржами їх безпосередніх функцій щодо формування ефективного ринку агропродукції. Також відзначено недоліки щодо статистичної аналітики товарного біржового ринку України, акцентовано на необхідності створення належної системи моніторингу показників діяльності товарних бірж. Розглянуто перспективу позитивного впливу інфраструктурних удосконалень щодо активізації хеджування цінового ризику в процесі біржових торгів, шляхом істотного поширення похідних біржових контрактів – деривативів різного виду. Представлено характеристику деривативів як похідних фінансових інструментів, наведено їх ключові характеристики, що дозволяють захистити сторонам цих контрактів свої ринкові позиції та забезпечити перспективу отримання планової фінансової вигоди у майбутньому. Досліджено особливості ф'ючерсного контракту, як найбільш перспективного виду деривативів та оптимального інструменту хеджування ризиків для українських учасників агроринку. Зокрема акцентовано увагу на типах та специфіці прояву цінових ризиків, а також механізмах захисту від них чи мінімізації впливу таких ризиків. Розглянуто сучасні проблеми нерозвиненості даного біржового контракту в Україні, причини їх виникнення та напрями подолання. За результатами викладу основного матеріалу дослідження зроблено відповідні висновки і пропозиції, наведено перспективні напрями подальших досліджень в даній сфері.

Ключові слова: біржовий ринок, деривативи, ризик, ф'ючерсний контракт, хеджування, цінові коливання.

Summary. The exchange as an element of the wholesale trade infrastructure of the agrarian market was considered: essence, functions, characteristics. The role of the Ukrainian agricultural sector in the world market is described, the factors influencing price fluctuations for agricultural products, in particular grain, are determined. In connection with the factors affecting prices, the negative impact of insufficient development of the modern exchange infrastructure of Ukraine was also considered, such as: low level of actual activity of Ukrainian commodity exchanges, lack of economic prerequisites despite the dynamics of their number, failure of exchanges to fulfill their direct functions regarding the formation of an effective agricultural products

market. Deficiencies in the statistical analysis of the commodity exchange market of Ukraine were also noted, and the need to create an appropriate system for monitoring commodity exchange activity indicators was emphasized. The perspective of the positive impact of infrastructural improvements on the activation of price risk hedging in the process of exchange trading, through the significant spread of derivative exchange contracts – derivatives of various types, is considered. The characteristics of derivatives as derivative financial instruments are presented, their key characteristics are given, which allow the parties to these contracts to protect their market positions and ensure the prospect of receiving planned financial benefits in the future. The features of the futures contract, as the most promising type of derivatives and the optimal risk hedging tool for Ukrainian participants in the agricultural market, have been studied. In particular, attention is focused on the types and specifics of the manifestation of price risks, as well as the mechanisms of protection against them or minimizing the impact of such risks. The modern problems of the underdevelopment of this exchange contract in Ukraine, the reasons for their occurrence and ways to overcome them are considered. According to the results of the presentation of the main material of the study, relevant conclusions and proposals are made, promising directions for further research in this field are given.

Key words: exchange market, derivatives, risk, futures contract, hedging, price fluctuations.

Постановка проблеми. У світовому масштабі середовище агропродукції вважається цілком конкурентним, а тому істотно залежить від чинників кон'юнктури, що відображається на цінній динаміці та стійкості попиту. До того ж ринкова ціна основної сільськогосподарської продукції є похідною від результатів торгів на провідних біржових майданчиках. Таким чином, діяльність учасників агоринку залежить від широкого спектру ризиків, що впливають на формуванні ціни. Сільське господарство має високу значущість для економічної системи України, проблема хеджування цінних ризиків українських учасників агоринку є надзвичайно актуальною і для суб'єктів господарювання, і для держави в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика функціонування біржових ринків, застосування інструментів мінімізації цінних ризиків на біржах висвітлюються у працях і українських, і закордонних дослідників, і протягом тривалого періоду вона лише підвищує свою актуальність. Зокрема враховуючи нещодавні нормативно-правові зміни щодо регулювання біржового законодавства України, то слід відмітити останні дослідження ряду авторів, як-то: Ю.П. Калюжна, Л.В. Шульга, та І.О. Яснолоб [1]; В.Ю. Нестеренко і В.К. Сідельнікова [3]; О.В. Жарун, М.А. Коротєєв, О.А. Непочатенко та О.С. Тупчії[4]; Л.М. Гречанюк [7]; Н.П. Резнік та А.В. Ярмолук [8], а також багато інших. Але при цьому невизначеними залишаються головні напрями подальшої трансформації біржового ринку агропродукції, зокрема щодо виявлення рушійних сил, які сприятимуть удосконаленню торгівельних операцій.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідити особливості використання біржових інструментів хеджування цінних ризиків, з метою

визначення напрямів подальшого розвитку біржової торгівлі агропродукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження науковців і практиків дозволяє беззаперечно зазначити, що біржа є найвищою формою організації оптової торгівлі та одним із найважливіших елементів збутової інфраструктури аграрного ринку. Основна сутність діяльності біржі полягає у наданні максимально вигідних умов укладання контрактів. Саме організація постійно діючого оптового товарного ринку України та надання посередницьких послуг учасникам біржі позиціонується як основна функція біржовий діяльності [1, с. 118]. Біржова торгівля характеризується такими загальними рисами:

- біржа не займається торгово-посередницькою діяльністю, а лише створює для неї умови;
- публічність торгівлі — біржові торги ведуться у присутності всіх членів біржі або з їхнього відома;
- гласність торгівлі — результати біржової торгівлі є відкритими для широкого загалу, дані про них поступають через засоби масової інформації;
- належна урегульованість біржової торгівлі зі сторони її стейкхолдерів.

Як тип організованого ринку, біржова торгівля характеризується такими рисами:

- існування затверджених правил торгівлі, розрахунків та постачання активів (товарів, послуг, цінних паперів тощо);
- наявність організаційної структури, яка керує роботою біржового ринку;
- концентрація достатньої кількості продавців та покупців у часі та просторі;
- державне регулювання та саморегулювання.

Досліджуючи роль біржової торгівлі для агропромисловості, Калюжна Ю.П., Яснолоб І.О. та Черненко К.В. зазначають [2], що за даними,

підрахованими консультантами та експертами DAI Global LLC, український ринок зерна забезпечує потреби не лише внутрішнього споживання, а й багатьох країн світу, при цьому Україна є одним із провідних постачальників на міжнародному ринку торгівлі зерном, щорічно нарощуючи обсяги виробництва та експорту. Таким чином, істотний вплив здійснюють коливання цін на зерно та сезонність збору врожаю. Дослідники вказують, що це є одним із визначальних ризиків для українських аграріїв, разом з іншими диспропорціями цього середовища як-то викривлення інформації про ціни, інфраструктурні обмеження та інші недоліки сучасної біржової інфраструктури. Слід відзначити, що якраз в цьому спектрі питань аналітики, науковці та дослідники доволі однакові: в сучасних умовах України склалася ситуація, коли біржовий ринок виконує свої функції на вельми незадовільному рівні та не забезпечує реалізацію вищевказаних аспектів біржової діяльності у ринкових умовах. Принаймні звернемося до праць Нестеренко В.Ю. і Сідельнікова В.К. [3], де й представлені узагальнено ключові аспекти.

1. За своєю економічною сутністю біржа є постійно діючим оптовим ринком, та при цьому, незважаючи на значну кількість бірж в Україні, порівняно з більшістю інших країн світу, лише не більше 30% з них функціонує систематично, не кажучи вже про повноцінне виконання функцій.

2. Зростання кількості бірж в Україні протягом певного періоду (насамперед акцент робиться на товарних біржах) не є наслідком підвищеного попиту на їх послуги з боку учасників торгів та результатом дії ринкових механізмів управління: запровадження законодавчих актів, обмежень на торгівлю окремими групами товарів, тощо.

3. Незважаючи на велику кількість товарних бірж, що спеціалізуються на торгівлі агропромисловими товарами, в Україні й досі відсутній постійно діючий та ефективний біржовий ринок сільськогосподарської продукції.

До того ж відзначається, що статистичні показники, які характеризують діяльність бірж України, не відбивають ситуації на національному біржовому ринку. При цьому діяльності біржового ринку в сучасних умовах приділяється недостатньо уваги з боку державної влади, відсутній офіційний аналіз та статистика результатів торгів і біржових операцій (але це не стосується фондових бірж, де проводиться регулярний нагляд та моніторинг їх діяльності). Тож першочерговим завданням розвитку біржового ринку агропродукції є створення прозорої системи формування ста-

тистичних даних щодо діяльності товарних бірж в Україні, які у підсумку зможуть відображати чинні тенденції [3, с. 138–139]. Відповідно такі удосконалення мають сприяти ефективній реалізації інструментів хеджування цінового ризику учасників біржових торгів, тобто істотному поширенню біржових контрактів з відтермінованим виконанням, де предметом є ціна базового активу. Вони мають назву похідних фінансових інструментів або деривативів і можуть бути представлені такими видами:

- контракти на різницю ціни;
- форвардні контракти;
- ф'ючерсні контракти;
- опціонні контракти;
- своп контракти.

Таки контракти є інструментами хеджування ризиків, при цьому світова практика визначає хеджування як один із найефективніших механізмів управління ризиками. Та аналітики і дослідники свідчать, що учасники залишаються відкритими для ризиків, характерних для агросектору, а можливість хеджування на українському біржовому ринку агропродукції відсутня через нерозвиненість торгівлі ф'ючерсами та опціонами на сільськогосподарську продукцію, а також непрозоре ціноутворення на зернові. Науковці Жарун О.В., Коротєєв М.А., Непочатенко О.А., Тупчий О.С. у своїх дослідженнях [4] звертають увагу, що така проблема неодноразово порушувалося, при цьому наголошувалося на перевагах реальної вигоди від ф'ючерсних операцій. Також існують пропозиції щодо різноманітних концептуальних підходів до формування структури біржових термінових операцій із ф'ючерсними контрактами. Зокрема, у своїх дослідженнях Т.М. Фертікова слушно зазначає, що наразі у світі під товарною біржою міжнародного значення розуміють в першу чергу універсальну ф'ючерсну біржу, де здійснюється обіг ф'ючерсних та опціонних контрактів на постачання товарів [5, с. 47]. Вона відзначає, що з 2010 до 2019 року обсяг укладених товарних деривативів на світових біржах зріс на 187,8%, а частка товарних деривативів у загальному обсязі становила у середньому близько 17%. За підсумком світової біржової торгівлі, найпопулярнішими біржовими товарами є:

- енергоносії — 40% від загального обсягу контрактів;
- сільськогосподарська продукція — 28%;
- чорні метали — 23%;
- цінні метали — 9%.

При цьому частка ф'ючерсних контрактів у загальному обсязі деривативів перевищує 90% щодо

кожної товарної групи. Це пов'язано з тим, що саме деривативи дозволяють забезпечити захист від цінних коливань і хеджувати цінний ризик. Проте на біржовому аграрному ринку України відсутні такі інструменти, оскільки переважна більшість сільськогосподарських виробників, переробників і трейдерів не мають досвіду використання деривативів для передачі ризику. Їх характеризують у своїх дослідженнях М.Ю. Манухіна і І.В. Тацій, зокрема що ф'ючерси та опціони мають ряд ґрунтовних переваг порівняно з форвардними контрактами [6, с. 31–32]:

- за ними проходить активна торгівля з великою кількістю заявок від продавців і покупців, що наближує ціну до ефективного ринкового рівня та забезпечує достатню ліквідність;
- стандартизований строковий біржовий контракт, що дає можливість перепродажу іншій зацікавленій стороні;
- тип контракту який має наявність центрального контрагента, який зобов'язаний проводити переоцінку позиції учасника;
- передбачає зобов'язання і стимули для обох сторін виконувати їх, що суттєво зменшує ризик.

Важливим аспектом є те, що ф'ючерси торгуються чи перебувають у котируваннях на фондових біржах, що визначається стандартизованими специфікаціями контрактів, а отже формує широке коло зацікавлених учасників (трейдерів, спекулянтів, інвесторів) та відповідно багатоаспектне ціноутворення. Таким чином, біржова торгівля деривативами з метою хеджування передбачає трансформацію прав/зобов'язань щодо базового активу у грошові потоки, які відображають реальну зміну його вартості та/або пов'язані з нею очікування. Разом з тим, хеджування має певні недоліки, що можуть негативно вплинути на функціонування агропідприємств — учасників біржового ринку, а саме [7; 8]:

- невідповідність цін спотового та строкового ринків під дією неринкових факторів;
- складність долучення широкого кола українських агропідприємств (особливо середніх і дрібних) до провідних бірж у світі та біржових посередників;
- вплив валютних коливань через прив'язку до цін контрактів;
- певна відмінність методології та аналітичного інструментарію здійснення біржової торгівлі фінансовими інструментами (якими є деривативи) порівняно із реальними біржовими товарами.

Так у 2019 році, компанією «Украгроконсалт» у співпраці з маркетинговою компанією New

Image Marketing Group на замовлення проекту USAID «Трансформація фінансового сектора» було проведено дослідження щодо перспектив використання деривативів на ринку сільськогосподарської продукції. Результати опитування засвідчили про відсутність сучасних практик управління цінними ризиками з використанням деривативів, а взаємодія учасників аграрного ринку України будується здебільшого на спотових контрактах. Тому належне опанування підходів та інструментів хеджування, їх зважена імплементація дозволить мінімізувати вплив наступних типів ризиків [9, с. 55]:

- цінного;
- базисного;
- додаткового забезпечення;
- кредитного;
- ліквідності.

Цінний ризик — за допомогою ф'ючерсних контрактів хеджери гарантують собі встановлення прийнятної для себе ціни в майбутньому, і забезпечують отримання планового прибутку, оскільки фактична ринкова ціна для них вже не буде визначальною. Проте є і зворотна сторона — при кращій спот-ціні на момент виконання хеджери можуть недоотримати прибуток. Базисний ризик — практика показує, що більшість торгових позицій ліквідується до закінчення терміну дії ф'ючерсних контрактів і лише незначна частина завершується фізичною поставкою, тому окрім розбіжності термінів ф'ючерсних контрактів та визначених дат фізичного продажу/купівлі товарів, джерелом ризику є відмінності якісних характеристик реального товару та місця його знаходження. Ризик додаткового забезпечення — торгівля ф'ючерсами передбачає внесення варіаційної (гарантія забезпечення) на рахунок клірингового органу, що потребує додаткових витрат, а також створює можливість втрат у разі зміни ринкової кон'юнктури. Кредитний ризик — порушення свого зобов'язання однією із сторін (наприклад оголошення банкрутства), що є досить вагомим в умовах доступу на закордонні ринки. Ризик ліквідності — належна перемінність сторін контракту, можливість продати актив без значної втрати грошей. Практики відзначають, що на біржовому ринку ліквідність оцінюється за кількістю зміни торгових позицій протягом тривалості торговельного дня, загальною кількістю позицій за контрактом і спредом між ціною купівлі та продажу контракту.

Висновки. Будучи вагомим учасником міжнародного ринку агропродукції, українські сільгоспвиробники істотно притаманні впливу цінних

ризиків та ризиків іншого типу, що притаманні специфіці здійснення угод на цьому ринку. Та маючи великий світовий досвід хеджування цінних ризиків, для українських реалій ці можливості не застосовуються в повній мірі через нерозвиненість торгівлі найбільш ліквідними деривативами на агропродукцію, в першу чергу ф'ючерсними контрактами. Позитивно вплинути на таку ситуацію можливо з двох позицій. По-перше, це створення відповідних стимулюючих умов і впровадження регулятивно-правових змін у процедурах біржової торгівлі для формування дієздатних та стабільних довгострокових договірних відносин між усіма учасниками агроринку. І по-друге, це

підвищення рівня фінансово-економічної грамотності суб'єктів сільськогосподарського виробництва (зокрема середніх та малих), пропозиція ефективних бізнес-моделей взаємодії виробників, посередників та фінансових інституцій на аграрному ринку на основі високоліквідних деривативів. На нашу думку, друга позиція матиме більший ефект, здатна істотно підвищити зацікавленість учасників агроринку в нових типах біржових контрактів у якості хеджування цінних ризиків, а також ініціювати розвиток нових форм бізнес-кооперації в агропромисловості. Саме в цьому і вбачаються перспективи подальших досліджень в даній сфері питань.

Література

1. Калюжна Ю.П., Шулга Л.В., Яснолоб І.О. Основи підприємництва та збутової діяльності у біржовій сфері. Інфраструктура ринку. 2022. Вип.67. С. 116–119.
2. Калюжна Ю.П., Яснолоб І.О., Черненко К.В. Основи біржової торгівлі на шляху до виходу на світові зернові ринки. Інфраструктура ринку. 2022. Вип.66. С. 67–72.
3. Нестеренко В.Ю., Сідельнікова В.К. Напрями аналізу біржової діяльності в Україні. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2021. № 27. С. 136–144.
4. Жарун О.В., Коротеєв М.А., Непочатенко О.А., Тупчий О.С. Організація ф'ючерсної біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. 2021. № 3(76). С. 92–103.
5. Фертікова Т.М. Перспективи розвитку товарної біржової торгівлі в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 23. С. 46–52.
6. Манухіна М.Ю., Тацій І.В. Досвід та перспективи використання похідних фінансових інструментів в аграрному секторі України. Вісник СНУ ім. В. Даля. 2021. № 6(270). С. 28–34.
7. Гречанюк Л.М. Удосконалення інфраструктури ринку ф'ючерсних контрактів на сільськогосподарську продукцію для управління фінансовими ризиками. Український журнал прикладної економіки. 2021. Т. 6, № 1. С. 118–123.
8. Резнік Н.П., Ярмолюк А.В. Проблематика функціонування зернових ф'ючерсів на ринку страхування в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2020. № 3. С. 81–85.
9. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». Стан та перспективи використання деривативів на ринку зернових в Україні. Посібник. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2021/10/AgDerivatives-Manual_September2021.pdf (дата звернення: 08.12.2022).

References

1. Kalyuzhna Y. P., Shulha L. V., Yasnolob I. O. (2022). Basics of entrepreneurship and sales activities in the exchange sphere. *Infrastruktura rynku*. Iss. 67. P. 116–119 [in Ukrainian].
2. Kalyuzhna Y. P., Yasnolob I. O., Chernenko K. V. (2022). The basics of exchange trading on the way to entering the world grain markets. *Infrastruktura rynku*. Iss. 66. P. 67–72 [in Ukrainian].
3. Nesterenko V. Y., Sidelnikova V. K. (2021). Areas of analysis of exchange activity in Ukraine. *Problemy i perspektivy rozvytku pidpryyemnytstva*. № 27. P. 136–144 [in Ukrainian].
4. Zharun O. V., Korotyeyev M. A., Nepochatenko O. A., Tupchii O. S. (2021). Organization of futures exchange trading of agricultural products in Ukraine. *Rozvytok metodiv upravlinnya ta hospodaryuvannya na transporti: Zb. nauk. prats*. № 3(76). P. 92–103 [in Ukrainian].
5. Fertikova T. M. (2021). Prospects for the development of commodity exchange trade in Ukraine. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. № 23. P. 46–52 [in Ukrainian].

6. Manukhina M. Y., Tatsiy I. V. (2021). Experience and prospects of using derivative financial instruments in the agricultural sector of Ukraine. *Visnyk SNU im. V. Dalya*. № 6(270). P. 28–34 [in Ukrainian].
7. Hrechanyuk L. M. (2021). Improving the infrastructure of the agricultural futures contract market for financial risk management. *Ukrayinskyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky*. Iss.6, № 1. P. 118–123 [in Ukrainian].
8. Reznik N. P., Yarmolyuk A. V. (2020). Problems of grain futures functioning in the insurance market in Ukraine. *Aktualni problemy innovatsiynoyi ekonomiky*. № 3. P. 81–85 [in Ukrainian].
9. USAID project «Financial Sector Transformation». (2021). Status and prospects of the use of derivatives on the grain market in Ukraine. Tutorial. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2021/10/AgDerivatives-Manual_September2021.pdf, access date: 08.12.2022 [in Ukrainian].

Яворська Надія Петрівна

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

Yavorska Nadiya

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

Данько Тетяна Іванівна

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

Danko Tetyana

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

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8494

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЄС

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY OF UKRAINE AND THE EU

Анотація. Цифрова економіка – це всесвітня мережа економічної діяльності, комерційних операцій і професійних взаємодій, які забезпечуються впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій. Україна в процесі інтеграції у світове співтовариство не стоїть осторонь глобальних перетворень та також переживає цифрову трансформацію.

У цій статті представлені статистичні дані кількох різних аспектів розвитку цифрової економіки Європейського Союзу та України. Встановлено, що основою цифрової економіки є гіперзв'язок із використанням Інтернету підприємствами. Зокрема, проведено порівняльний аналіз статистичних даних щодо використання Інтернету підприємствами, зокрема наявність доступу до нього; функціональні можливості веб-сайтів підприємств. А також відображено впровадження деяких передових технологій, таких як хмарні обчислення.

Ключові слова: цифрова економіка, Інтернет, інформаційно-комунікаційні технології, веб-сайт, хмарні обчислення.

Summary. The digital economy is a worldwide network of economic activity, commercial operations, and professional interactions, which are ensured by the implementation of information and communication technologies. Ukraine, in the process of integration into the world community, does not stand aside from global transformations and is also experiencing a digital transformation based on the introduction of digital technologies for business transformation. This is achieved by replacing manual (non-digital) processes with digital ones or replacing outdated digital technology with updated digital technology. The digital economy reflects the transition from the third industrial revolution to the fourth industrial revolution. That is why the purpose of the study is to conduct a comparative analysis of the features of the use of information and communication technologies by enterprises of the European Union and Ukraine, as a key aspect of the digital transformation of business and the development of the digital economy.

This article presents statistical data on several different aspects of the development of the digital economy of the European Union and Ukraine. It has been established that the basis of the digital economy is hyper-connection with enterprises' use of the Internet. In particular, a comparative analysis of statistical data on the use of the Internet by enterprises was carried out, in particular, the availability of access to it, since the use of other more advanced technologies at enterprises often depends on high Internet speed. The functional capabilities of enterprise websites were studied and it was found that Ukrainian enterprises need to intensify their activities in the online environment by improving the operation of websites. E-business integration means the use of information and communication technologies by enterprises to launch, integrate and improve their business processes, internal information exchange, or communication with business partners and customers. The study also reflects the implementation of some advanced technologies in enterprises of the European Union and Ukraine, namely cloud computing. It was established that the share of the number of enterprises in Ukraine buying cloud computing services, by types of cloud computing services with distribution by the number of employed workers, is quite small compared to enterprises of the EU region. In general, Ukrainian enterprises are significantly behind the level of technological development and implementation of information and communication technologies compared to European ones.

Prospects for research in this direction include a detailed comparative analysis of the implementation of some advanced technologies, such as the Internet of Things and artificial intelligence by EU and Ukrainian enterprises, as well as the impact of their implementation on increasing the turnover of Internet trade enterprises.

Key words: digital economy, Internet, information and communication technologies, website, cloud computing.

Постановка проблеми. За останні два десятиліття цифрові технології змінили світ в безпрецедентних масштабах. Вони змінили спосіб нашого життя, роботи, ігор, поїздки на роботу та взаємодії. І сьогодні саме цифрові технології мають потенціал для широких соціальних змін та економічного прогресу. Відповідно, щоб процвітати в епоху цифрових технологій, країнам стало надзвичайно важливо розуміти та задовольняти економічну структуру, що базується на цифрових технологій, яку також називають цифровою економікою. Цифрова економіка має велике значення для країн, які хочуть досягти ключових цілей щодо диверсифікації економіки, створення цінності на місцевому рівні, національної цифрової трансформації, створення робочих місць і подолання економічної нерівності тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світовим Банком визначено цифрову економіку — як «систему економічних, соціальних та культурних відносин, що базуються на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій» [1]. У 2020 р. Європейська комісія прийняла загальну презентацію ідей та дій Комісії щодо формування цифрового майбутнього Європи [2; 3], а у 2021 році Цифровий компас для цифрового десятиліття ЄС (COM(2021)118 final), яким встановив цифрові цілі ЄС на 2030 рік шляхом розвитку чотирьох основних пунктів: навички; цифрова трансформація бізнесу; безпечна та стійка цифрова інфраструктура та цифровізація державних послуг [2].

Дослідження, що стосуються різних аспектів цифрової економіки знайшли своє відображення

і в наукових працях вітчизняних вчених. Так, К.В. Шиманська та В.В. Бондарчук визначають пріоритетні вектори та механізми цифрової трансформації економіки України [4]. Д.О. Котелевець проводить аналіз основних тенденцій розвитку цифрової економіки в Україні за допомогою методів статистичного аналізу, синтезу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення [5]. С.В. Обіход проводить дослідження динаміки запровадження інформаційно-комунікаційних технологій на вітчизняних підприємствах, визначення їх впливу на систему управління бізнес-процесами [6]. О.К. Мазуренко провела оцінювання розвитку цифрової економіки в країнах Балтії та східної Європи за методологією DESI [7]. Проте, в процесі інтеграції України в європейський простір актуальним залишається питання щодо визначення першочергових векторів розвитку цифрової економіки шляхом застосування порівняльного аналізу розвитку цифрової економіки

Формулювання цілей статті. Проведення дослідження та порівняльного аналізу особливостей використання інформаційно-комунікаційних технологій підприємствами країн Європейського союзу та України, як ключового аспекту цифрової трансформації бізнесу та розвитку цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова економіка — це використання інформаційних технологій для створення або адаптації, продажу або споживання товарів і послуг. Все більше людей використовують смартфони, планшети, розумні годинники та браслети та інші мобільні Інтернет-пристрої для підключення до глобального

середовища в будь-який час і в будь-якому місці. Таким чином мільйони людей у всьому світі можуть брати участь у цифровій економіці, щоб купувати чи продавати товари та послуги.

Основою цифрової економіки є гіперзв'язок. Одним із найважливіших аспектів функціонування цифрової економіки є статистичні дані щодо використання Інтернету підприємствами, зокрема наявність доступу до нього. В Україні спостерігається стійка тенденція до зростання кількості підприємств, що мають доступ до Інтернету, проте в країнах Європейського союзу спостерігають більші темпи приросту. Так, у 2021 р. переважна більшість (94%) підприємств ЄС із принаймні 10 працівниками використовували фіксоване широкопосмугове з'єднання для доступу до Інтернету, водночас в Україні значення цього показника менше на 23,7% (70,3%). Варто зазначити, що Україна розмістилася на 52-му місці з 220 країн світу в глобальному рейтингу швидкості широкопосмугового доступу до інтернету [8].

З огляду на те, що більшість підприємства підключені до Інтернету через широкопосмуговий зв'язок, швидкість цих з'єднань є важливою, оскільки використання на підприємствах інших більш

передових технологій часто залежить від високої швидкості Інтернету (табл. 1).

Доцільно також зазначити, що українська структура розподілу за розміром підприємства достатньо схожа на європейську, оскільки збільшення кількості працівників спричиняє необхідність цифровізації діяльності задля прискорення комунікаційних процесів.

Ще одним аспектом щодо розвитку цифрової економіки є активність підприємств в онлайн режимі — одним з найпростіших видів електронного бізнесу, для якого необхідним є наявність веб-сайту (табл. 2).

Загалом у 2021 р. в Україні лише 35,3% підприємств мали веб-сайт, але частка серед великих підприємств була значно вищою (69%) порівняно з малими (30,5%). Натомість у ЄС 78% підприємств мають веб-сайт, проте частка великих підприємств також була значно вищою (94%) у порівнянні з малими (75%). Таким чином, в цифрову епоху українським підприємствам необхідно активізувати діяльність в онлайн середовищі шляхом налагодження роботи веб-сайтів.

Найпопулярніший функціонал веб-сайтів підприємств як країн ЄС так і України, пов'язаний

Таблиця 1

Підприємств України та ЄС, які використовують фіксований доступ до мережі Інтернет у 2021 р.

Підприємства	Розподіл за швидкістю Інтернету, %										Частка кількості підприємств, які використовують фіксований доступ до мережі Інтернет	
	менше 30 Мбіт/с		від 30 Мбіт/с до менше ніж 100 Мбіт/с		від 100 Мбіт/с до менше ніж 500 Мбіт/с		від 500 Мбіт/с до менше ніж 1 Гбіт/с		від 1 Гбіт/с і більше			
	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС		
Малі	18,4	14	18,9	29	19,7	28	4,7	13	3,2	9	64,9	93
Середні	18,1	8	27,1	27	27,2	33	7,5	15	5,4	14	85,3	97
Великі	12,7	4	35,9	19	23,1	36	8,4	16	5,8	24	85,9	99
Разом	18,2	13	21,8	29	21,2	29	5,4	13	3,7	10	70,3	94

Джерело: побудовано на основі [9; 3]

Таблиця 2

Підприємства України та ЄС, які мають веб-сайт у 2021 р.

Підприємства	Частка кількості підприємств, що мають вебсайт, у загальній кількості підприємств, %	
	Україна	ЄС
Малі	30,5	75
Середні	47,8	89
Великі	69	94
Разом	35,3	78

Джерело: побудовано на основі [9; 3]

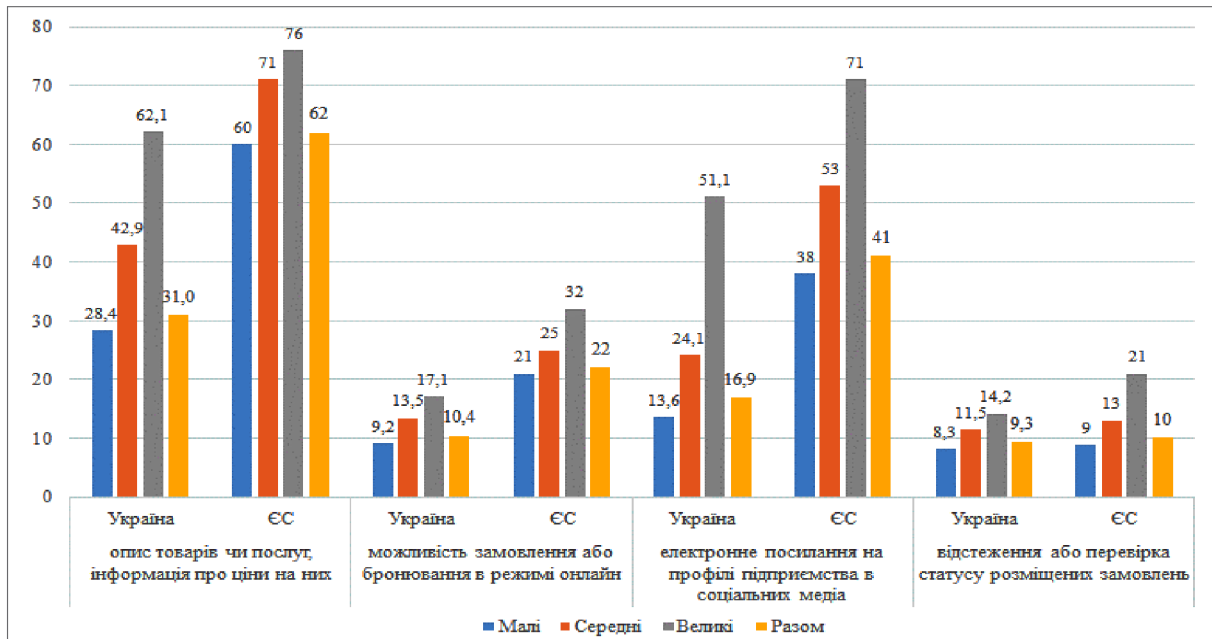


Рис. 1. Підприємства, які мають веб-сайт, розподіл за функціональністю та розміром, 2021 р., % підприємств

Джерело: побудовано на основі [9; 3]

з описом товарів та послуг і прайс-листами: 62% — ЄС; 31% — Україна; а також посиланнями на профілі підприємств у соціальних мережах 41% — ЄС; 31% — Україна (рис. 1).

Інтеграція електронного бізнесу означає використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) підприємствами для запуску, інтеграції та вдосконалення своїх бізнес-процесів, внутрішнього

обміну інформацією або спілкування з діловими партнерами та клієнтами. Спільне використання та обмін інформацією в електронному та автоматичному режимі між різними бізнес-функціями всередині підприємства здійснюється за допомогою програмних додатків. Замість того, щоб будувати або розширювати власну ІТ-інфраструктуру, підприємства можуть купувати обчислювальні ресурси

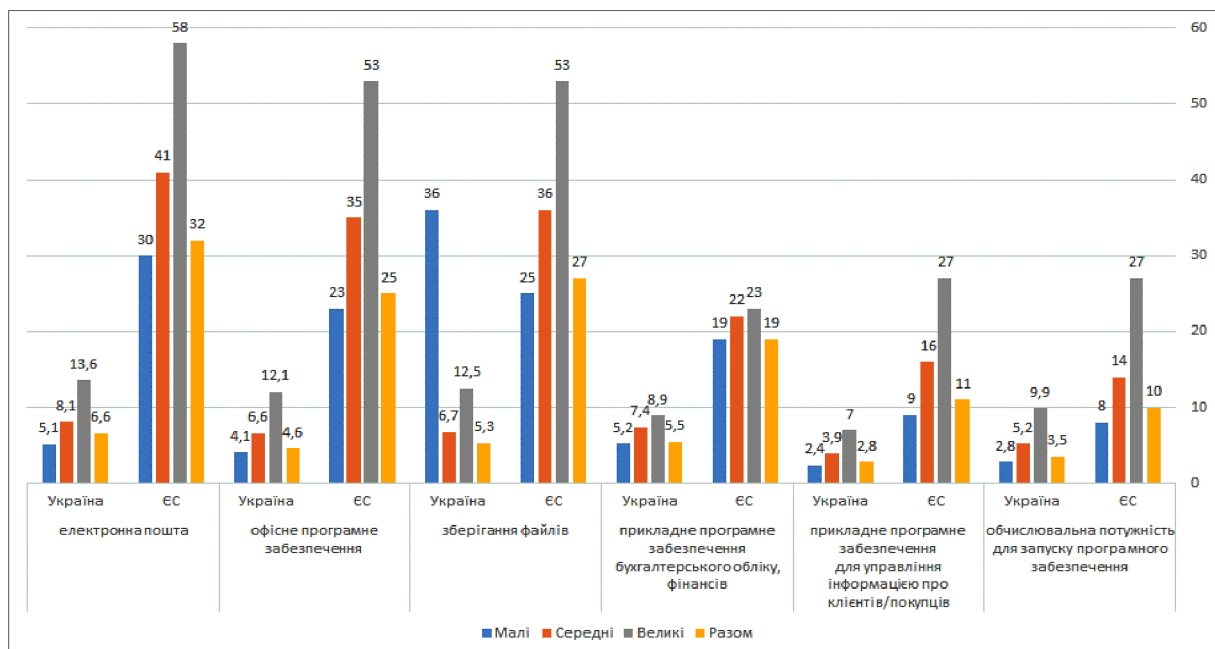


Рис. 2. Використання послуг хмарних обчислень на підприємствах за типом хмарних послуг та розміром, 2021 р., % підприємств

Джерело: побудовано на основі [9; 3]

си, розміщені третіми сторонами в Інтернеті, тобто скористатись послугами «хмарних обчислень».

Послугами хмарних обчислень користуються 41% підприємств у ЄС, а в Україні лише 10,2%. Застосування хмарних обчислень на дуже високому рівні серед великих підприємств у ЄС — 72% підприємств, в Україні — 22,2%. Майже третина підприємств ЄС (32%) покладалася на хмарне рішення для своєї електронної пошти, натомість в Україні лише 6,6% (рис. 2).

Більш ніж кожне четверте підприємство ЄС (27%) використовувало хмару для зберігання файлів, а в Україні лише 5,3%. 25% підприємств ЄС використовують хмару для офісного програмного забезпечення (в Україні — 4,6%). Найважливіше те, що через хмару підприємства мають доступ до відносно складніших програмних програм для фінансів та бухгалтерського обліку (ЄС — 19%: Україна — 5,5%), для керування інформацією про своїх клієнтів (управління взаємовідносинами з клієнтами — CRM) (ЄС — 11%: Україна — 2,8%). Крім того, 10% підприємств ЄС використовують хмарні обчислювальні платформи для обчислювальної потужності для запуску власних програмних програм для бізнесу, а в Україні — 3,5%.

Виходячи з вищезазначених європейських і національних показників розвитку цифрової економіки можна стверджувати, що українські підприємства значно відстають за рівнем технологічного розвитку та впровадження інформаційно-

комунікаційних технологій. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в діяльність підприємств невід'ємною частиною цифровізації економіки. Цифрову економіку відрізняють від звичайної економіки три компоненти: інфраструктура (програмне забезпечення, апаратне забезпечення та інші технологічні ресурси), електронний бізнес(комп'ютерні програми, онлайн-інструменти та цифрові платформи допомагають виконувати бізнес-процеси) та електронна комерція (продаж товарів і послуг онлайн).

Оцінюють цифровізацію підприємств за такими параметрами: аспекти доступності підключення та цифрових навичок; внутрішні процеси; взаємодія з партнерами та клієнтами.

Висновки із цього дослідження і далі перспективи в цьому напрямку. Цифрова трансформація базується на передумові, що цифрові технології та рішення повинні: відкривати нові можливості для бізнесу; стимулювати розвиток надійних технологій; сприяти відкритому та демократичному суспільству; сприяти життєздатній та стійкій економіці.

Перспективи досліджень в цьому напрямку передбачають проведення детального порівняльного аналізу щодо впровадження деяких передових технологій, таких як Інтернет речей та штучний інтелект підприємствами ЄС та України, а також вплив їх впровадження на збільшення товарообігу підприємств інтернет торгівлі.

Література

1. World Bank Data // Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://data.worldbank.org/indicator> (дата звернення 23.08.2022).
2. Голінко Н.Г., Островська А.М. Віртуальні технології як передумова розвитку конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7589> (дата звернення: 18.02.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.69
3. Eurostat. Digital Economy and Society Index. 2021. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_5481
4. Котелевець Д. Тенденції розвитку цифрової економіки в Україні. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. № 5. doi: 10.54929/2786-5738-2022-5-03-01
5. Обіход С. Імплементация інформаційно-комунікаційних технологій у систему управління бізнес-процесами вітчизняних підприємств у контексті розвитку цифрової економіки. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 4(98). С. 10–17. doi: 10.26642/ema-2021-4(98)-10-17
6. Шиманська К., Бондарчук В. Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 1(95). С. 17–22. doi: 10.26642/ema-2021-1(95)-17-22
7. Мазуренко О. Оцінювання розвитку цифрової економіки в країнах Балтії та східної Європи за методологією DESI. InterConf. 2021. С. 74–80. doi: 10.51582/interconf.21-22.04.2021.007
8. Cable.co.uk. URL: <https://www.cable.co.uk/broadband/speed/worldwide-speed-league/#map>
9. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах: використання мережі Інтернет, послуг хмарних обчислень, робототехніки. URL: ukrstat.gov.ua

References

1. World Bank Data // Ofitsiyni sait Svitovoho banku. URL: <http://data.worldbank.org/indicator> (data zvernennia 23.08.2022).
2. Holinko N.H., Ostrovska A.M. Virtualni tekhnolohii yak peredumova rozvytku konkurentospromozhnosti pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7589> (data zvernennia: 18.02.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.69
3. Eurostat. Digital Economy and Society Index. 2021. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_5481
4. Kotelevets D. Tendentsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriia: ekonomika ta upravlinnia*. 2022. № 5. doi: 10.54929/2786-5738-2022-5-03-01
5. Obikhod S. Implementatsiia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u systemu upravlinnia biznes-protsesamy vitchyznianskykh pidpriemstv u konteksti rozvytku tsyfrovoy ekonomiky. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*. 2021. № 4(98). S. 10–17. doi: 10.26642/ema-2021-4(98)-10-17
6. Shymanska K., Bondarchuk V. Priorytetni napriamy ta mekhanizmy rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*. 2021. № 1(95). S. 17–22. doi: 10.26642/ema-2021-1(95)-17-22
7. Mazurenko O. Otsiniuvannia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v krainakh Baltii ta skhidnoi Yevropy za metodolohiiu DESI. *InterConf*. 2021. S. 74–80. doi: 10.51582/interconf.21-22.04.2021.007
8. Cable.co.uk. URL: <https://www.cable.co.uk/broadband/speed/worldwide-speed-league/#map>
9. Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na pidpriemstvakh: vykorystannia merezhi Internet, posluh khmarnykh obchyslen, robototekhniky. URL: ukrstat.gov.ua

Добровольська Олена Володимирівна
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*
Dobrovolska Olena
*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance
Dnipro State Agrarian and Economic University*
ORCID: 0000-0002-4159-8446

Зубко Оксана Володимирівна
*асистент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*
Zubko Oksana
*Assistant of the Department of Finance, Banking and Insurance
Dnipro State Agrarian and Economic University*
ORCID: 0000-0001-9017-6277

Корогод Ілля Андрійович
*магістр кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*
Korogod Ilya
*Master of Finance, Banking and Insurance Department
Dnipro State Agrarian and Economic University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8468

**МЕНЕДЖМЕНТ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ –
ДОМІНАНТИ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**
**MANAGEMENT OF EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS
OF ENTERPRISES – DOMINANTS IN THE ANTI-CRISIS
MANAGEMENT SYSTEM**

Анотація. Стаття присвячена питанню антикризового менеджменту в контексті визначення домінант системи антикризового менеджменту, які б забезпечили подолання кризи підприємством та подальше його функціонування та утримання відповідного рівня ефективності та конкурентоспроможності, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. В статті розкривається сутність дефініцій «криза» та «антикризовий менеджмент», наводяться можливі наслідки криз для підприємства через призму позитивних та негативних змін, а також наголошується на антагоністичній сутності поняття «криза». Визначено, що криза – це певний етап функціонування і розвитку кожного підприємства, який є тригером, який зумовлює об'єктивну необхідність якісної трансформації підприємства. Аргументовано роль та значення криз для економічного розвитку підприємства, а також розкривається позитивне та негативне значення кризи для розвитку підприємства в майбутньому. Проводиться аналіз інтерпретації категорії «антикризовий менеджмент» різними науковцями, на основі якого було систематизовано існуючі підходи до трактування поняття «антикризовий менеджмент» та відповідно визначається який із підходів є найбільш репрезентативним, що в свою чергу дозволило визначити антикризовий менеджмент як комплексне та багаточинне поняття, яке являє собою менеджмент, що спрямований на уникнення та

нейтралізацію ознак кризи в діяльності підприємств, а також на адаптацію системи менеджменту до змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, що сприятиме його ефективному розвитку та конкурентоспроможності в майбутньому. Узагальнено основні напрями діяльності підприємств та на їх основі визначено можливі види криз на підприємстві. Визначено, що саме криза виробництва є найбільш потужною та фатальною для підприємства та провокує настання економічної та фінансової кризи. Обґрунтовано домінанти в системі антикризового менеджменту, що допоможуть нівелювати наслідки кризи або навіть запобігти можливому негативному впливу кризи на діяльність підприємства та забезпечать ефективну діяльність підприємства в кризовий та посткризовий період.

Ключові слова: ефективність, конкурентоспроможність, антикризовий менеджмент

Summary. The article is devoted to the issue of anti-crisis management in the context of determining the dominant elements of the anti-crisis management system, which would ensure the overcoming of the crisis by the enterprise and its further operation and maintenance of the appropriate level of efficiency and competitiveness, both on the domestic and foreign markets. The article reveals the essence of the definitions of «crisis» and «anti-crisis management», indicates the possible consequences of crises for the enterprise through the prism of positive and negative changes, and also emphasizes the antagonistic essence of the concept of «crisis». The role and significance of crises for the economic development of the enterprise is argued, the types of crises are defined, and the positive and negative significance of the crisis for the development of the enterprise in the future is revealed. An analysis of the interpretation of the category «anti-crisis management» by various scientists is carried out, on the basis of which the existing approaches to the interpretation of the concept of «anti-crisis management» were systematized and, accordingly, it was determined which of the approaches is the most representative, which in turn made it possible to define anti-crisis management as a complex and multifactorial concept, which is management, which is aimed at avoiding and neutralizing signs of crisis in the activities of enterprises, as well as at adapting the management system to changes in the external and internal environment of the enterprise, which will contribute to its effective development and competitiveness in the future. The main directions of the enterprise's activity are summarized and possible types of crises at the enterprise are determined based on them. It was determined that the crisis of production is the most powerful and fatal for the enterprise and provokes the onset of the economic and financial crisis. Taking into account this factor, the dominant factors in the anti-crisis management system have been determined, which will help to mitigate the consequences of the crisis or even prevent the possible negative impact of the crisis on the company's activities.

Key words: efficiency, competitiveness, anti-crisis management.

Постановка проблеми. Сьогодення — це час геополітичних змін та глобалізації економіки, час, коли до криз локального спектру дії все частіше додаються транскордонні кризи — ковід-19, спровокована ним світова фінансова криза 2020 р., 2022 р. — війна. Криза — це певний етап функціонування і розвитку кожного підприємства, незалежно від сфери його діяльності, який в свою чергу є тим тригером, який зумовлює об'єктивну необхідність якісної трансформації підприємства. Безумовно криза порушує стійкість підприємства але при цьому вона має здатність радикальним чином оновити, оздоровити та вивести підприємство на новий етап економічного розвитку. Зважаючи на це питання антикризового менеджменту на підприємствах набуває неабиякої актуальності в контексті пошуку та визначення домінант в системі антикризового менеджменту, які б дозволяли максимально легко переживати кризові ситуації, особливо в теперішніх умовах, коли кризи в світі стають все більш агресивніші та масштабніші і сприяють виникненню внутрішніх криз на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження і публікації свідчать, що питання антикризового менеджменту залишаються в площині досліджень багатьох науковців, зокрема таких як: Докуніна К.І. [8], яка досліджувала теоретичні підходи до розкриття сутності дефініції «антикризове управління підприємством» та його основні функції, Гой В.В. та Васильєв О.В. [5], які досліджували питання антикризового управління на корпоративних підприємствах, Ладунка І.С. та Андрюшина О.І. [11] — систематизували підходи щодо тлумачення сутності антикризового управління підприємством та проаналізували систему антикризового управління підприємством. Також вагомий внесок у розвиток теорії і практики антикризового менеджменту підприємств зробили такі вчені, як: Бланк І.А. [1], Болотнов Д.Г. [2], Балаш Л.Я., Бінерт О.В. Лисюк О.В. [3], Василенко В.О. [4], Довгань Д.А. [7], Онісіфорова В.Ю., Сідельнікова В.К. [16], Шатайло О.А. [21] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз науково-

дослідницьких матеріалів, які розглядають питання антикризового менеджменту, дав змогу всебічно оцінити проблему та зробити висновок щодо недостатності вивчення питання стосовно визначення чинників, які б забезпечували максимально ефективно подолання різного роду криз підприємством.

Мета дослідження. Метою статті є аналіз поняття «антикризовий менеджмент» в контексті існуючих підходів щодо його трактування різними науковцями та визначення і обґрунтування домінант в системі антикризового менеджменту, які будуть рушійною силою, яка дозволить підприємству подолати наслідки кризових ситуацій та забезпечить його розвиток та функціонування в майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перед тим, як розглядати та аналізувати існуючі підходи до поняття «антикризовий менеджмент» зупинимось на понятті, яке є його безпосередньою складовою, яке передувало йому та є причиною його появи, а саме це поняття «криза». Слово «криза» (від грецького *krisis* — поворотний пункт, поворотний момент, рішення, вихід) і саме поворотний пункт (момент) у значенні слова «криза» вказує, що ситуація є зазвичай тимчасовою, в деяких випадках раптовою, в деяких очікуваною але такою, яку можна змінити. Незважаючи на те, що перша реакція на категорію «криза» має негативну складову, все ж таки суть поняття «криза» зводиться до того, що дана дефініція поєднує в собі позитивне та негативне значення. Негативне значення кризи проявляється в її руй-

нівному впливі на діяльність підприємства, на можливій загрозі банкрутства, руйнуванні, занепаді підприємства, позитивне значення ґрунтується на розумінні кризи, як об'єктивного та неминучого процесу, пов'язаного з розвитком нового етапу економічної системи, в якій здійснює свою діяльність підприємство. Можливі наслідки криз наведено на рис. 1.

Така антагоністична сутність поняття «криза» може розглядатися як деякий переломний момент у розвитку підприємства, який створює можливість для виходу підприємства на новий етап економічного розвитку, яка буде залежати від системи антикризового менеджменту на підприємстві.

Так, Довгань Д. А. обґрунтовує, що: «антикризовий менеджмент — це система управління підприємством, яка має комплексний характер та спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер та дозволяє усунути тимчасові ускладнення, зберегти та помножити ринкові позиції за будь-яких обставин при опорі в основному на власні ресурси» [7, с. 194].

Череп А. В., Павленко А. І. визначають, що: «антикризове управління — це система управлінських заходів і рішень з діагностики, попередження, нейтралізації та подолання кризових явищ і їх причин на всіх рівнях економіки» [20, с. 163].

Романяк Г. М. стверджує, що: «антикризове управління це система управління, яка має

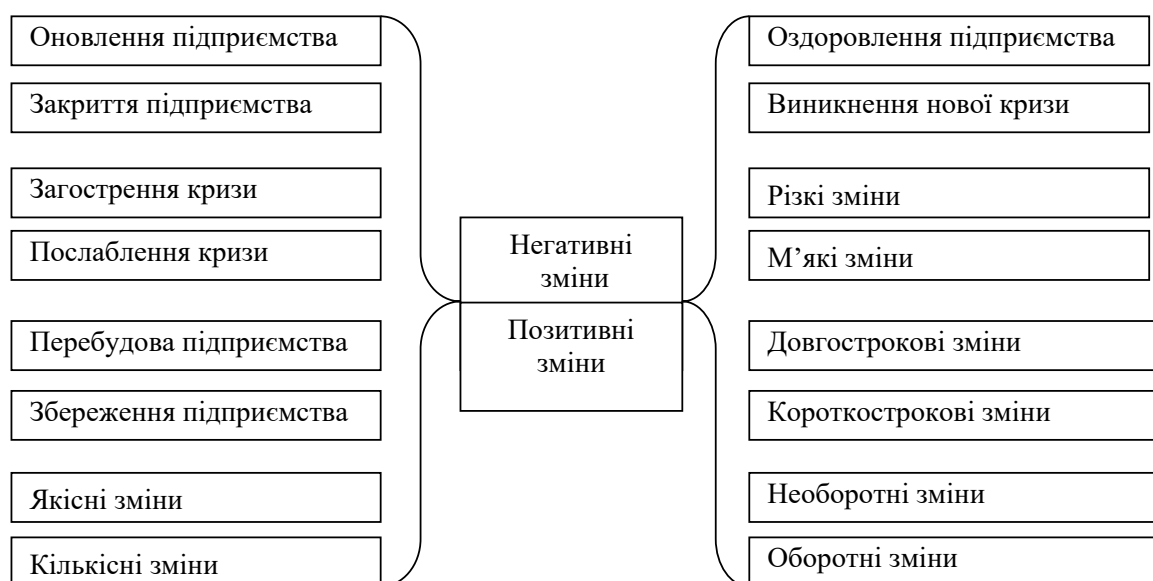


Рис. 1. Наслідки криз на підприємстві

Джерело: побудовано на основі аналізу [17]

комплексний характер та спрямована на запобігання кризовим явищам і виявлення причин кризи, виду, стадії та закономірностей її перебігу, можливих сценаріїв розвитку, інструментів для її подолання з метою подальшого функціонування підприємства» [18, с. 238].

Докуніна К.І. в своїх дослідженнях визначає: «антикризове управління — це система заходів, спрямованих не лише на попередження виникнення кризової ситуації, а й на адаптацію системи управління підприємства до умов зовнішнього середовища за допомогою специфічних методів, способів та прийомів для забезпечення стабільного його функціонування та недопущення банкрутства» [8, с. 115].

Лігоненко Л.О. дотримується думки, що: «антикризове управління — це спеціальне, постійно організоване управління, націлене на оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для його своєчасного подолання з метою забезпечення відновлення життєздатності окремого підприємства, недопущення виникнення ситуації його банкрутства» [12, с. 37].

Бланк І.А. визначає: «антикризове управління — це постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та реалізацію генерального плану недопущення поширення кризових явищ і стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування» [1, с. 257].

Штайло О.А. дає наступне визначення: «антикризове управління — це система управління підприємством, спрямована на попередження або подолання криз, що базується на принципах і функціях традиційного менеджменту, видозмінених відповідно до кризових умов і поставлених цілей, з ресурсним забезпеченням, сформованим зі складових наявного потенціалу та трансформованим у антикризовий потенціал» [21, с. 222].

Онисьорова В.Ю., Сидельнікова В.К. в своїх дослідженнях зазначають: «антикризовий менеджмент — це попереджувальне управління, яке попереджає або мінімізує вірогідність настання криз в діяльності підприємства, забезпечуючи при цьому підвищення ефективності роботи підприємства та ефективність використання наявних в нього ресурсів» [16, с. 138].

Василенко В.О. стверджує, що: «антикризове управління — це управління, яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів і усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи — аналіз і прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками» [4, с. 122].

Скібіцький О.М. визначає, що «антикризове управління це управління, що націлене на запобігання можливим серйозним ускладненням у ринковій діяльності підприємства, забезпечення його стабільного, успішного господарювання» [19, с. 44].

Також було проаналізовано визначення поняття «антикризовий менеджмент», які наводяться іншими науковцями, а саме: Болотнов Д.Г. [2], Балаш Л.Я., Бінерт О.В. Лисюк О.В. [3], Гой В.В., Васильєв О.В. [5], Коваленко О.В. [10], Ладунка І.С., Андрюшина О.І. [11], Мескон М. [13], Непочатенко О.О. [14], Рамазанов С.К., Степаненко О.П., Тимашова Л.А. [17]. Проведений аналіз існуючих трактувань поняття «антикризовий менеджмент» дозволяє згрупувати їх за підходами (ознаками) (рис. 2).

Системний підхід до трактування категорії «антикризовий менеджмент» ґрунтується на тому, що антикризовий менеджмент підприємства базується на теорії виникнення та поглиблення кризи, а суб'єкт антикризового менеджменту в свою чергу має забезпечити своєчасне виявлення та усунення ознак кризового стану через систему організаційно-економічних методів, спрямованих на забезпечення ефективної та конкурентоспроможної діяльності підприємства в період криз та в післякризовий період. Представники — Бланк І.А. [1, с. 257], Гой В.В., Васильєв О.В. [5], Довгань Д.А. [7, с. 194], Докуніна К.І. [8, с. 115], Онисьорова В.Ю., Сидельнікова В.К. [16, с. 138], Рамазанов С.К., Степаненко О.П., Тимашова Л.А. [17, с. 22], Романяк Г.М. [18, с. 238].

Ситуаційний підхід щодо поняття «антикризовий менеджмент» акцентує увагу на використанні спеціальних прийомів та методів, доцільних в конкретних обставинах, які впливають на підприємство тільки в даний період часу. Представники — Болотнов Д.Г. [2, с. 174], Василенко В.О. [4, с. 122], Лігоненко Л.О. [12, с. 37].

Процесний підхід в свою чергу трактує досліджуване поняття як відповідний процес цілеспрямованого впливу, з заздалегідь визначеними етапами і розробленими для кожного з них відповідними інструментами, методами, принципами, засобами, на систему економічних відносин підприємства, для подолання кризового стану та його наслідків. Представники — Балаш Л.Я., Бінерт О.В., Лисюк О.В. [3], Мескон М. [13].

Інституціональний підхід визначає «антикризовий менеджмент» як процес щодо застосування форм, методів і процедур, направлених на соціально-економічне оздоровлення фінансово-господарської діяльності підприємства, галузі,



Рис. 2. Систематизація підходів щодо трактування поняття «антикризовий менеджмент»

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

створення і розвиток умов для виходу з кризового стану економіки регіону або країни загалом. Представники — Непочатенко О.О. [14], Череп А.В., Павленко А.І. [20, с. 163].

Функціональний підхід базується на уточненні змістовного наповнення традиційних функцій менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль) в умовах загострення ситуації та можливостей погіршення результатів діяльності підприємства. Представники — Ладунка І.С. та Андрюшина О.І. [11], Скібіцький О.М. [19, с. 44], Шатайло О.А. [21, с. 222].

Ряд науковців в дослідженні сутності поняття «антикризовий менеджмент» роблять акцент на стадії банкрутства підприємства — Докуніна К.І. [8, с. 115], Коваленко О.В. [10, с. 140], Лігоненко Л.О. [12, с. 37].

Проведений аналіз щодо розуміння сутності поняття «антикризовий менеджмент» свідчить, що більшість науковців дотримується системного підходу та розглядають його як відповідний комплекс заходів починаючи від етапу діагностики кризи до подолання та усунення наслідків кризи. В свою чергу, вважаємо, що сутність антикризового ме-

неджменту можна трактувати як комплексне та багатоаспектне поняття, яке являю собою відповідну систему менеджменту, що спрямована на передбачення та уникнення, виявлення та нейтралізацію ознак кризи в діяльності підприємств, а також на адаптацію системи їх менеджменту до змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі, що сприятиме ефективності та конкурентоспроможності підприємства в майбутньому, так як наслідок недопущення не тільки ліквідації та банкрутства, а й зниження прибутковості підприємства.

Зважаючи на те, що основними напрямками діяльності підприємств є виробнича, економічна і фінансова діяльність, то і відповідно виділяють кризу виробництва, економічну та фінансову. Криза виробництва є найбільш потужною серед наведених видів криз, тому при її виникненні автоматично розвиваються спочатку економічна криза, потім фінансова кризи. Першочерговими ознаками настання виробничої кризи є зниження конкурентоспроможності продукції або послуг підприємства та відповідно зменшення об'ємів їх продажів, зростання витрат підприємства та зменшення доходу, що безпосередньо вплине на ефективність підприємства.

Ефективність — це головна ціль виробничо-господарської діяльності підприємства, яка виражається у досягненні поставлених соціально-економічних цілей підприємства та його адаптації до нестабільного середовища. Ефективність характеризується співвідношенням отриманих результатів від діяльності підприємства і витрат ресурсів, задіяних для їх здобуття, в свою чергу конкурентоспроможність підприємства представляє собою здатність ведення ефективної господарської діяльності в умовах мінливого зовнішнього середовища, шляхом раціонального використання всіх наявних ресурсів підприємства. Тобто ефективність — це результат (прибуток), який отримає підприємство, що забезпечується рівнем його конкурентоспроможності.

Таким чином ми вважаємо, що саме менеджмент ефективності та конкурентоспроможності підприємств є тими домінантами в системі антикризового менеджменту, які дозволять підприємству подолати кризи, а в залежності від рівня менеджменту ефективності та конкурентоспроможності — це можливість уникнення кризового стану, зважаючи на фактор застосування антикризового менеджменту протягом всього періоду функціонування підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Антикризовий менеджмент на підприємстві повинен бути представлений як безперервний та керований процес, що націлений, по-перше, на недопущення кризи або максимально можливе недопущення кризи, по-друге, зменшення негативного впливу кризи на підприємство, якщо не вдалося уникнути кризи, по-третє, на подолання кризи та забезпечення і створення умов для розвитку та життєздатності підприємства в посткризовий період. Домінантами в системі антикризового менеджменту можна визначити менеджмент ефективності та конкурентоспроможності, тому що саме ефективність та конкурентоспроможність підприємства являють собою здатність ведення ефективної господарської діяльності в умовах мінливого, як зовнішнього так і внутрішнього середовища, шляхом раціонального використання наявних ресурсів та резервів підприємства.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі поглиблення вивчення факторів в системі антикризового менеджменту, що дозволять підприємствам долати кризові ситуації та забезпечити ефективне функціонування підприємств в майбутньому.

Література

1. Бланк І.А. Антикризове фінансове управління підприємством: навч. посібник. К.: Ельга; Ніка-Центр, 2006. 672 с.
2. Болотнов Д.Г. Особливості антикризового управління вітчизняними підприємствами. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 171–176.
3. Балаш Л.Я., Бінерт О.В., Лисюк О.В. Особливості антикризового управління підприємствами. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3. С. 136–140.
4. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 504 с.
5. Гой В.В., Васильєв О.В. Антикризове управління корпоративними підприємствами: теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2018. № 8.
6. Добровольська О.В., Зубко О.В. Аналіз підприємств галузі рибництва в контексті менеджменту їх ефективності. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 61. С. 83–89.
7. Довгань Д.А. Антикризове управління як спосіб запобігання та упередження неплатоспроможності корпорації. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. Вип. 3. С. 152–156.
8. Докуніна К.І. Антикризове управління підприємством: сутність поняття та функції. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 36(1). С. 113–116.
9. Зубко О.В., Добровольська О.В. Стратегічний менеджмент на підприємствах галузі рибництва як чинник їх конкурентоспроможності. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33.
10. Коваленко О.В. Теоретичні аспекти антикризового управління підприємством. *Економічний вісник Донбасу*. 2009. № 1 (15). С. 140–143.
11. Ладунка І.С., Андрюшина О.І. Антикризове управління підприємством. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 278–281.
12. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: підручник. Київ: КНТЕУ, 2005. 824 с.
13. Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. *Management*. New York: Harper & Row, 1988. 777 p.
14. Непочатенко О.О. Фінансовий менеджмент. К.: ЦУЛ, 2013. 496 с.

15. Golovchenko O., Saiensus V., Sorokoumov G., Onofriichuk O., Zubko O., Liu L. Management of Efficiency and Competitiveness of Enterprises. *Economic Affairs*. June 2022. Vol. 67, No. 03. P. 317–326.
16. Онисіфорова В.Ю., Сідельнікова В.К. Актуальні аспекти антикризового управління підприємством. Проблеми і перспективи розвитку підприємства: зб. наук. пр. 2020. № 2 (25). С. 137–145.
17. Рамазанов С.К., Степаненко О.П., Тимашова Л.А. Методи антикризового управління. Монографія. Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2004. 192 с.
18. Романяк Г.М. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. *Наукові записки*. 2016. № 1. С. 235–239.
19. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент: навч. посібник / О.М. Скібіцький. К.: Центр учбової літератури, 2009. 568 с.
20. Череп А.В., Павленко А.І. Формування стратегії антикризового управління підприємств машинобудування Запорізької області. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 1 (65). С. 161–173.
21. Шатайло О.А. Змістовна характеристика системи антикризового управління. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5. С. 217–226.

References

1. Blank I.A. Antykryzowe finansowe upravlennia pidpryiemstvom: navch. posibnyk. K.: Yelha; Nika-Tsentr, 2006. 672 s.
2. Bolotnov D.H. Osoblyvosti antykryzovoho upravlinnia vitchyznianymy pidpryiemstvamy. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. S. 171–176.
3. Balash L.Ia., Binert O.V., Lysiuk O.V. Osoblyvosti antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvamy. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*. 2019. Vyp. 3. S. 136–140.
4. Vasylenko V.O. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom: Navch. posibnyk. K.: TsUL, 2003. 504 s.
5. Hoi V.V., Vasyliiev O.V. Antykryzove upravlinnia korporatyvnymy pidpryiemstvamy: teoretychni aspekty. *Efektivna ekonomika*. 2018. № 8.
6. Dobrovolska O.V., Zubko O.V. Analiz pidpryiemstv haluzi rybnytstva v konteksti menedzhmentu yikh efektyvnosti. *Infrastruktura rynku*. 2021. Vyp. 61. C. 83–89.
7. Dovhan D.A. Antykryzove upravlinnia yak sposib zapobihannia ta uperedzhennia neplatospromozhnosti korporatsii. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. 2013. Vyp. 3. S. 152–156.
8. Dokunina K.I. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom: sutnist poniattia ta funktsii. *Prychornomorski ekonomichni studii*. 2018. Vyp. 36(1). S. 113–116.
9. Zubko O.V., Dobrovolska O.V. Stratehichniy menedzhment na pidpryiemstvakh haluzi rybnytstva yak chynnyk yikh konkurentospromozhnosti. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2021. № 33.
10. Kovalenko O.V. Teoretychni aspekty antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvom. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*. 2009. № 1 (15). S. 140–143.
11. Ladunka I.S., Andriushyna O.I. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom. *Ekonomika i suspilstvo*. 2017. № 8. S. 278–281.
12. Lihonenko L.O. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom: pidruchnyk. Kyiv: KNTEU, 2005. 824 s.
13. Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. *Management*. New York: Harper & Row, 1988. 777 r.
14. Nepochatenko O.O. *Finansovyi menedzhment*. K.: TsUL, 2013. 496 s.
15. Golovchenko O., Saiensus V., Sorokoumov G., Onofriichuk O., Zubko O., Liu L. Management of Efficiency and Competitiveness of Enterprises. *Economic Affairs*. June 2022. Vol. 67, No. 03. P. 317–326.
16. Onisiforova V. Iu., Sidelnikova V.K. Aktualni aspekty antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvom. *Problemy i perspektivy rozvytku pidpryiemstva: zb. nauk. pr.* 2020. № 2 (25). S. 137–145.
17. Ramazanov S.K., Stepanenko O.P., Tymashova L.A. *Metody antykryzovoho upravlinnia*. Monohrafiia. Luhansk: Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2004. 192 s.
18. Romaniak H.M. Sutnist antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvom v umovakh nestabilnoho rynkovoho sere-dovyshcha. *Naukovi zapysky*. 2016. № 1. S. 235–239.
19. Skibitskyi O.M. Antykryzovyi menedzhment: navch. posibnyk / O.M. Skibitskyi. K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. 568 s.
20. Cherep A.V., Pavlenko A.I. Formuvannia stratehii antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstv mashynobuduvannia Zaporizkoi oblasti. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. 2018. № 1 (65). S. 161–173.
21. Shatailo O.A. Zmistovna kharakterystyka systemy antykryzovoho upravlinnia. *Biznes Inform*. 2019. № 5. C. 217–226.

Нікітішин Андрій Олександрович
*доктор економічних наук, доцент,
декан обліково-фінансового факультету
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*
Nikitishin Andriy
*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Accounting and Finance
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
State University of Trade and Economics*
ORCID: 0000-0002-7951-4017

Пасічний Микола Дмитрович
*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри фінансів
Державний торговельно-економічний університет*
Pasichnyi Mykola
*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Finance
State University of Trade and Economics*
ORCID: 0000-0001-7663-776X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-12-8487

АНАЛІЗ ФІСКАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ANALYSIS OF FISCAL EFFICIENCY OF VALUE ADDED TAX

Анотація. Для України ПДВ відіграє значну бюджетоутворюючу роль. Проте потенціал ПДВ у сучасній податковій системі України реалізований не повністю. У статті здійснено аналіз фіскальної ефективності ПДВ та досліджено його регулюючу роль. Розглянуто питому вагу податку у бюджеті України. Вперше ПДВ був введений у Франції в 1954 році.

Систематизовано основні теоретичні аспекти ефективності ПДВ. В Україні ПДВ є основним бюджетоутворюючим податком, який повністю надходить до державного бюджету. Здійснено аналіз фіскальної ефективності системи оподаткування ПДВ в Україні, на основі чого з'ясовано її роль у формуванні фінансових ресурсів держави. Оцінено надходження ПДВ до Державного бюджету України. На основі статистичних даних підтверджено фіскальну значимість даного податку у податкових надходженнях країни. Здійснено оцінку індикаторів фіскальної значимості непрямих податків в динаміці, визначено рівень їх впливу на формування доходів державного бюджету. Доведено, що майже половина доходів державного бюджету формується за рахунок ПДВ.

Представлено структуру надходження ПДВ до державного бюджету України, визначено чинники, що вплинули на виконання планових надходжень ПДВ. Визначено, що найвищий рівень фіскальної значущості серед непрямих податків у ПДВ, за яким йде акцизний податок. Проведено аналіз співвідношення надходжень ПДВ від реалізації вітчизняних товарів (робіт, послуг) і ввезених на територію України товарів, у результаті якого встановлено значне переважання ПДВ з імпортних операцій. У статті проаналізовано ПДВ як основне джерело наповнення бюджету України, розглянуто його фіскальну ефективність. Виокремлено основні чинники, що впливають на фіскальну ефективність даного податку. Запропоновано напрями щодо підвищення фіскальної ефективності та регулюючої ролі ПДВ в Україні.

Ключові слова: податок, фіскальна ефективність, податок на додану вартість, податкові надходження, оподаткування.

Summary. For Ukraine the VAT plays a significant budget forming role. However VAT potential in the modern tax system of Ukraine is realized not completely. The article analyzes the fiscal effectiveness of the value-added tax and explores its regulatory role. The specific weight of the tax in the budget of Ukraine of Ukraine. For the first time, the value added tax was introduced in France in 1954.

The author systemizes the basic theoretical aspects of VAT efficiency. VAT is the main budget-forming tax that fully comes to the State Budget. The fiscal efficiency analysis of the VAT system in Ukraine has been made and on this basis was clarified the role of VAT system in the formation of the State financial resources. It evaluates revenue of the State budget of Ukraine in respect of value added tax. Based on fiscal statistics confirmed the importance of tax in tax revenues of the country. The indicators of fiscal significance of indirect taxes in the dynamics are assessed, the level of their influence on the formation of the state budget revenues is determined.

It is proved that almost half of the state budget revenues are generated by VAT. The structure of VAT revenues to the state budget of Ukraine is presented. the factors that influenced the fulfillment of planned VAT revenues are identified. It is determined that the highest level of fiscal significance among indirect taxes in VAT, followed by excise tax. The analysis of the ratio of VAT receipts from the domestic goods sale (works, services) and goods imported into the territory of Ukraine, which resulted in significant predominance of VAT from import operations. The article analyzes the value-added tax as the main source of budget revenues Ukraine, considered its fiscal efficiency. Thesis there is determined the key factors that influence the effectiveness of fiscal tax. Suggested directions for increasing fiscal efficiency and the regulatory role of VAT in Ukraine.

Key words: tax, fiscal efficiency, value added tax, tax revenues, taxation.

Постановка проблеми. Основна частина податкових надходжень до Зведеного бюджету України (без урахування міжбюджетних трансфертів) формується за рахунок чотирьох загальнодержавних податків: податку на прибуток підприємств, податку на доходи фізичних осіб, акцизного податку та податку на додану вартість (ПДВ). Останній має найбільше фінансове значення для держави. В процесі формування податкових надходжень бюджету країни важливо забезпечити баланс між фінансовими інтересами держави та економічними — платників податків. Зважаючи на вказане, дослідження питання аналізу фінансової ефективності ПДВ є особливо актуальним та потребує пошуку шляхів вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідженням фінансової ефективності ПДВ присвячені праці таких багатьох українських та зарубіжних вчених як: Є. Аткинсон, С. Брю, К. Макконнелл, Н. Манків, В. Андрущенко, Вишневецький, О. Десятнюк, Т. Єфименко, Ю. Іванов, А. Крисоватий, І. Луніна, В. Мельник, А. Соколовська, В. Федосов та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій з даної проблематики, питання оцінки фінансової ефективності ПДВ в умовах економічних перетворень в Україні залишаються недостатньо дослідженими.

Мета дослідження полягає у поглибленні теоретико-методичних засад визначення фінансової ефективності ПДВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Податок на додану вартість (ПДВ) — це непрямий

податок, який входить у ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент). Варто відзначити, що основна ставка ПДВ є найбільш стабільною, та з 1995 року становить 20%. Проте, окрім основної ставки існують й інші: 0%, 7% та 14%.

Для подальшого аналізу ПДВ необхідно розглянути структуру Зведеного бюджету України, який представляє собою сукупність всіх бюджетів, що входять до складу бюджетної системи. Найбільшу частку займають саме податкові надходження, які включають й ПДВ [1–3].

Цей податок є таким, який приносить одну з найбільших часток надходжень до Державного бюджету України: ПДВ з урахуванням бюджетного відшкодування становить 41,4% від загальних доходів Державного бюджету України (рис. 1).

В загальному — податкові надходження забезпечують 87,5% доходів Зведеного бюджету України, а ПДВ при цьому — 32,3%. У 2021 році ПДВ становив 536 489,1 млн. грн. Необхідно відзначити, що 155 774,8 млн. грн. з них відносяться до надходжень від вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюджетного відшкодування, а інша частина (380 714,4 млн. грн.) — до надходжень від ввезених на митну територію України товарів.

Для проведення аналізу розміру надходження податку на додану вартість доцільно здійснити порівняння показників за кілька років. У таблиці 1 наведено частку, що припадає на ПДВ у загальних бюджетоутворюючих доходах Державного бюджету України у 2017–2021 роках (табл. 1).

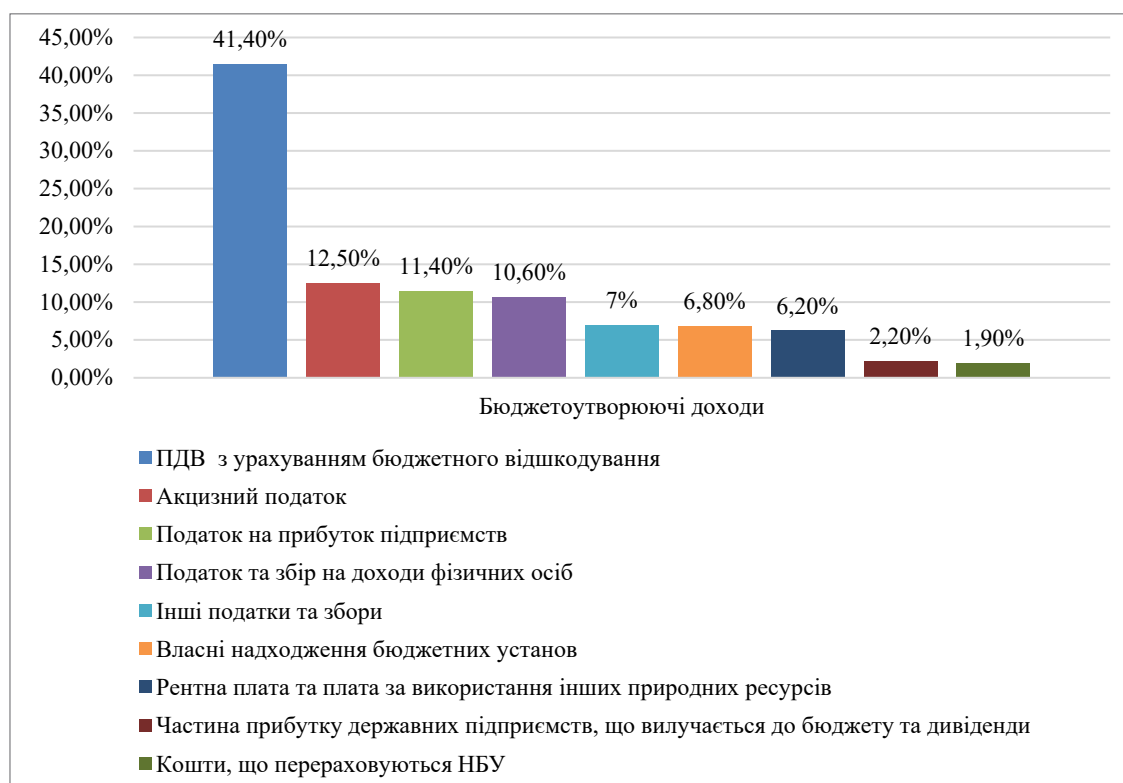


Рис. 1. Податкові надходження та інші доходи Державного бюджету України у 2021 р.

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Отже, аналізуючи таблицю 1, можна зробити висновок, що надходження від податку на додану вартість є стабільними впродовж останніх п'яти років та у середньому складають % всіх доходів Державного бюджету України.

Варто відзначити, що податок на додану вартість стягується на рівні держави, тому 100% сума надходжень припадає саме на Державний бюджет України та взагалі не надходить у місцеві бюджети [4]. У 2021 році до Державного бюджету надійшло 536 489,1 млн. грн. податку на додану вартість.

Податок на додану вартість впродовж 2017–2021 років приносить стабільні доходи до Державного бюджету, крім того можна додати, що у 2021 році порівняно із 2020 роком доходи від ПДВ зросли на 218 951,4 млн. грн., а у порівнянні із 2019 роком — на 294 700,4 млн. грн., що говорить про зростання його фіскальної ролі. Отже, ситуація у світі у зв'язку із COVID-19 не завади-

ла отримати високі доходи від податку на додану вартість й навіть вищі за попередні роки [8].

ПДВ з ввезених на митну територію України товарів у 2021 році становить 380 714,4 млн. грн. При цьому його найменша частка у структурі загальних надходжень ПДВ впродовж 2017–2021 років була у 2020 році — 68,43% (рис. 2).

У таблиці 2 наведено аналіз показників щодо податку на додану вартість, відхилення 2020 року від 2019 року та темпи росту.

Обсяг надходжень від податку на додану вартість з урахуванням бюджетного відшкодування за 2020 рік збільшився, порівняно з 2019 роком, на 6,45% і становив 400,6 млрд. гривень.

Збільшення надходжень передусім обумовлено:
– боротьбою зі схемами ухиленнь від оподаткування;
– збільшенням фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, у порівнянних цінах за 2020 рік — на 7,2%;

Таблиця 1

Частка податку на додану вартість у доходах Державного бюджету України

Назва	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Відхилення (+, –) 2021 р. від			
						2017	2018	2019	2020
ПДВ, %	39,6	40,4	37,9	37,2	41,4	1,8	1,0	3,5	4,2

Джерело: побудовано автором на основі [7]



Рис. 2. Структура ПДВ за 2017–2021 роки

Джерело: побудовано автором на основі [7]

– надходженням 8,8 млрд. грн від погашення ПАТ «Укрнафта» податкового боргу та від сплати грошових зобов'язань з ПДВ.

Питома вага надходжень податку на додану вартість з ввезених на територію України товарів у обсягах імпорту товарів за 2020 рік склала 19,6%, що на 1,0 в.п. більше порівняно з часткою за 2019 рік.

Одним із факторів, які вплинули на збільшення такої частки, стало скасування у травні 2020 року норми Податкового кодексу України, яка передбачала звільнення від оподаткування операцій з ввезення на митну територію України сонячних панелей та вітрогенераторів, та яка діяла упродовж всього 2019 року.

Обсяг надходжень від податку на додану вартість за 2021 рік збільшився порівняно з 2020 роком на 33,92% і становив 536 489,1 млн. грн. (табл. 3).

Збільшення надходжень передусім обумовлено продовженням у 2021 році позитивної динаміки у роздрібній торгівлі, пожвавленні зовнішньоекономічної діяльності незважаючи на високий ступінь невизначеності щодо подальшого розвитку пандемії та її впливу на світову економіку, а саме:

- суттєвим зростанням імпорту товарів у гривневому еквіваленті;
- надходженням податку від розмитнення природного газу, а також від часткового завершення митного оформлення природного газу;
- збільшенням обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі, на 12,3% р/р у порівнянних цінах;
- ростом тарифів та цін на споживчому ринку.

Важливо забезпечити якісну координацію податкової, бюджетної, монетарної та зовнішньоекономічної політики в частини більш повного врахування впливу зміни середнього курсу національної

Таблиця 2

Показники виконання Державного бюджету України за 2019–2020 роки, млн. грн.

Показник	2019 рік	2020 рік	Відхилення (+, –) 2020 р. від 2019 р.	Темпи росту у порівнянні з минулим роком, %
ПДВ, у т.ч.:	376 318,2	400 600,1	24 281,9	106,45
ПДВ із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з врахуванням відшкодування ПДВ (сальдо), у т.ч.:	88 929,8	126 486,6	37 556,8	142,23
ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	240 831,0	269 595,1	28 764,1	111,94
відшкодування ПДВ	-151 901,2	-143 108,5	8 792,7	94,21
ПДВ з ввезених на територію України товарів	287 388,4	274 113,5	-13 274,9	95,38

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Таблиця 3

Показники виконання Державного бюджету України за 2020–2021 роки, млн. грн.

Показник	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+, –) 2021 р. від 2020 р.	Темпи росту у порівнянні з минулим роком, %
ПДВ, у т.ч.:	400 600,1	536 489,1	135 889,0	133,92
ПДВ із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з врахуванням відшкодування ПДВ (сальдо), у т.ч.:	126 486,6	155 774,8	29 288,2	123,16
ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	269 595,1	315 475,6	45 880,5	117,02
відшкодування ПДВ	-143 108,5	-159 701,1	-16 592,6	111,59
ПДВ з ввезених на територію України товарів	274 113,5	380 714,3	106 600,8	138,89

Джерело: побудовано автором на основі [7]

валюти до іноземних валют — країн основних зовнішньоекономічних партнерів на імпорт та надходження бюджетоутворюючих податків, зокрема податку на додану вартість з ввезених на територію України товарів, а також зміни експорту на бюджетне відшкодування податку на додану вартість [5; 6].

Висновки та перспективи подальших досліджень. У 2021 році порівняно із минулими роками надходження ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) зросли, проте його частка у 2021 році порівняно із 2020 роком зменшилась на 2,54%. У порівнянні з іншими роками — зросла. Це, зокрема, стало результатом покращення адміністрування і забезпечення дієвого контролю за повнотою здійснення розрахунків з боку ДПС України.

Вагомими інституційними змінами у податковій системі, які позитивно вплинули на надходження ПДВ при формуванні дохідної частини зведеного і державного бюджетів, стали: часткове реформування фіскальних інституцій, удосконалення порядку бюджетного відшкодування по-

датку, середньострокове бюджетне планування, забезпечення прозорості у відшкодуванні податку, запровадження механізму «єдиного вікна» та оптимізації здійснення контрольних процедур при переміщенні товарів через митний кордон України. Зростання надходжень від податку на додану вартість є наслідком збільшення споживання домогосподарств, підвищення ставок акцизного податку, зростання імпорту товарів та рівня ефективності адміністрування таких податків.

Вагомими інституційними змінами у податковій політиці, які позитивно вплинули на надходження податку на додану вартість до дохідної частини бюджету країни, стало: часткове реформування фіскальних інституцій, удосконалення порядку бюджетного відшкодування податку на додану вартість, середньострокове бюджетне планування, забезпечення прозорості у відшкодуванні податку на додану вартість, запровадження механізму «єдиного вікна» та оптимізації здійснення контрольних процедур при переміщенні товарів через митний кордон України.

Література

1. Чугунов І.Я., Канєва Т.В. Державне фінансове регулювання економічних перетворень. [Монографія] / За заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2015. 376 с.
2. Нікітішин А.О. Податкова політика в умовах економічних перетворень: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 480 с.
3. Chugunov I., Kaneva T., Pasichnyi M. et. al. Budget policy of social development. Tallinn: Scientific Route OÜ. 2018. 362 p. doi: <http://doi.org/10.21303/978-9949-7316-1-9>
4. Пасічний М.Д. Фінансова політика держави: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 440 с.
5. Chugunov I., Pasichnyi M., Koroviy V., Kaneva T., Nikitishin, A. Fiscal and Monetary Policy of Economic Development. European Journal of Sustainable Development. 2021. 10(1). P. 42–52. doi: 10.14207/ejsd.2021.v10n1p42.
6. Чугунов І., Пасічний М., Нікітішин А. Доходи Державного бюджету України в умовах воєнного стану. SCIENTIA FRUCTUOSA. 2022. № 5. С. 124–137.

7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua> (дата звернення: 15.15.2022 р.).
8. Kaneva T., Chugunov I., Pasichnyi M., Nikitishin A., Husarevych N. Tax Policy for Economic Recovery and Sustainable Development After COVID-19. PROBLEMY EKOROZWOJU. 2022. 17(2). P. 102–109.

References

1. Chuhunov I. Ia., Kanieva T. V. (2015). Derzhavne finansove rehuliuвання ekonomichnykh peretvoren [State financial regulation of economic transformations], Kyivskyi natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet. (in Ukrainian).
2. Nikitishyn A. O. (2019). Podatkova polityka v umovah ekonomichnykh peretvoren' [Tax policy in the context of economic transformation], Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t. (in Ukrainian).
3. Chugunov I., Kaneva T. and Pasichnyi M. (2018). Budget policy of social development, Scientific Route. Tallinn, Estonia. doi: <http://doi.org/10.21303/978-9949-7316-1-9>
4. Pasichnyj M. D. (2019). Finansova polityka derzhavy [Financial Policy of the State], Kyiv National University of Trade and Economics. (in Ukrainian).
5. Chugunov I., Pasichnyi M., Koroviy V., Kaneva T., Nikitishin A. (2021). «Fiscal and Monetary Policy of Economic Development», European Journal of Sustainable Development, vol. 10 (1), pp. 42–52. doi: 10.14207/ejsd.2021.v10n1p42.
6. Chuhunov I., Pasichnyy M., Nikitishyn A. (2022). «State budget revenues of Ukraine amid martial law», SCIENTIA FRUCTUOSA, vol. 5, pp. 124–137.
7. Oficijnyj sajт Ministerstva finansiv Ukrai'ny [Official website of the Ministry of Finance of Ukraine]. <https://www.mof.gov.ua> (data zvernennja 13.09.2022 p.) (in Ukrainian).
8. Kaneva T., Chugunov I., Pasichnyi M., Nikitishin A., & Husarevych N. (2022). «Tax Policy for Economic Recovery and Sustainable Development After COVID-19», PROBLEMY EKOROZWOJU, vol. 17 (2), pp. 102–109.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

№ 12(68)

Головний редактор — *Камінська Т. Г.*

Київ 2022

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 31.12.2022. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура UkrainianSchoolBook. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 19,07. 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.