

GALICIAN ECONOMIC JOURNAL

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu

Scientific Journal

Issued 6 times a year

Founded in September, 1996

№ 2 (63) 2020

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02

Founder and publisher:

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

List of journals ISSN 2409-8892

Copyright 19.08.2010 KB № 17319-6089П

Approved by the order of Ministry of Education and Science of Ukraine from 06.03.2015 № 261 as a scientific professional edition.

Recommended by the Scientific Council of the Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Protocol No 4, 14.04.2020.

Editorialboard:

Rohatynskyy R. M. (chief editor), Pavlykivska O. I. (deputy chief editor), Kiliar O. R. (assistant editor), Marushchak L. I. (technical editor), Buyak L. M., Luchko M. R., Lobodina Z. M., Marynenko N. Yu., Panukhnyk O. V.

International editorialboard:

Zelinska A. (Poland), Ciobanu G. (Romania).

Editorial office address: Ternopil Ivan Puluj National Technical University,
56, Ruska Str.
Ternopil 46001, Ukraine.
Tel. (067) 39474 96.
Fax: (380) 352 254983.
E-mail: galician.visnyk@gmail.com

All rights reserved. Copywrite and translation are allowed only author and editorial staff's agreement.

Editorial staff does not always share the author's opinion and is not responsible and assumes no liability for any mistakes made.

<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/228>

Translation of articles by English language L. A. Dzhyzhzhora.

Managing Editor N. B. Koval.

Printers reader N. B. Koval.

Art Editor, design, typist A. P. Katrych.

ISSN 2409-8892

© Ternopil Ivan Puluj National
Technical University, 2020

Засновник і видавець:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.

Реєстраційний номер ISSN2409-8892.

Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 06.03.2015р., № 261 як наукове фахове видання.

Свідоцтво про реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 17319 – 6089 ПР від 19.08.2010 р.

Згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 р. науковому фаховому журналу «Галицький економічний вісник» присвоєно категорію «Б».

Рекомендовано до друку вченою радою Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя 14.04.2020 р., протокол № 4.

Редакційна колегія:

Рогатинський Р. М. (головний редактор), Павликівська О. І. (заступник головного редактора), Кіляр О. Р. (відповідальний секретар), Марущак Л. І. (технічний секретар), Буяк Л. М., Лучко М. Р., Лободіна З. М., Мариненко Н. Ю., Панухник О. В.

Міжнародна редакційна колегія:

Зелінська А. (Польща), Чобану Г. (Румунія).

Адреса редакції: 46001, Тернопіль, вул. Руська, 56.
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя.
Телефон: (067) 394 74 96.
E-mail: galician.visnyk@gmail.com

Усі права захищені. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

Редакція не завжди поділяє думку автора й не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/228>

Переклад *Л. В. Джиджора*.

Редактор *Н. Б. Коваль*.

Коректор *Н. Б. Коваль*.

Комп'ютерне макетування *А. П. Катрич*.

©Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя, 2020

CONTENT

ECONOMISC

Sergey Baranov. Formation of the private military company's financial security mechanism: conceptual aspects and threat identification	7
Viktor Hanin; Viktoriia Soliar. Main paths for monetary forecasting of personal income	14
Iryna Fedyshyn; Nataliia Harmatiy. Investment and innovation activity of the Ukrainian industrial enterprises	26
Oleksandr Antonov; Oleksandra Laktionova. Evaluation of real estate market value in Ukraine using web-scraping	35
Nataliia Letunovska; Hanna Voda; Svitlana Kadurina; Anna Tsunenka. Peculiarities of innovations implementation on the ukrainian brand example	45
Maryna Melnyk. Enterprise employees competences concerning the abilities for open innovations creation and implementation	56
Olha Nikolaichuk. Tourist branding policy for promoting national tourist products: Central East European countries experience	64
Larisa Tesheva. Labor market analysis in the innovation-investment model of economic growth	78
Mykhailyna Farion; Maria Buta. Poverty reduction – what is more important: growth rate or institutions quality	84
Antonina Farion-Melnyk; Viktor Sernetskyi. The problem of relationship between budget funds decentralization level and regional economy growth	96
Alisa Shevchenko; Olga Petrenko. Trends of dairy breeding development in Ukraine	109
Nataliia Yakymova. Cognitive biases and their impact on behavioral models of labor market entities	118

ACCOUNTING AND TAXATION

Olena Moshkovska. Methodological approaches to the financial and economic information quality assessment	126
---	-----

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Anastasiia Balatska. Directions of credit support improvement for business activity development in Ukraine	136
Artur Zhavoronok. Trends of credit service market development in Ukraine	145
Lesya Kolinets; Serghiy Radynskyy. Investment policy in the FINTECH industry: national and foreign experience	156
Olena Shyshkina. Classification of industrial enterprises in the context of financial risk management	164

MANAGEMENT

Olha Hahaliuk. The ways of the development of entrepreneurship culture or «corporate ethics» as a means of businessman education	176
Olena Dolgalova; Anna Vykhodtseva. Enterprise corporate culture formation for its sustainable development support	183
Maryna Yeshchenko; Anhelyna Hrechko. Modern technologies for team building and staff development in the organization	193
Tetiana Kuz; Liudmyla Maliuta; Galyna Ostrovska. Public and private partnership under joined territorial community conditions (infrastructure development and service organization)	199

MARKETING

Iryna Karabaza. Economic factors of the marketing environment of restaurant business enterprises	208
Liudmyla Zakharkina; Liudmyla Saher; Liubov Syhyda. Investigation of Ukraines readiness for industry 4.0 challenges and innovative activity increase	214
Olena Chygryn; Oleksii Lyulyov; Tetyana Pimonenko; Svitlana Kostornova. Green competitiveness: Ukraine's business sector in the worldwide trends framework	223

BUSINESS, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Halyna Koshelok; Raisa Hrinchenko. Analysis of cash flows in the enterprise management system	231
Victoriia Stetsenko; Yuliia Berezova. Corporate social responsibility of enterprises in the pandemic conditions	243

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Mariia Varlamova; Yuliia Demianova. Main digitalization trends in the global dimension	251
Mariana Lifanova. Transformation of the international investment market in the context of globalization challenges	261
Yuliia Solonenko; Ilya Chkareuli. The phenomenon of family transnational corporations in the world economies system	270
Igor Chebotarov; Viacheslav Chebotarov. Poland, Lithuania, Ukraine: national business cultures as integration determinant in european and world markets	279

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

Сергій Баранов. Формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії: концептуальні аспекти та ідентифікація загроз	7
Віктор Ганін; Вікторія Соляр. Магістральні траєкторії монетарного прогнозування доходів населення	14
Ірина Федишин; Наталія Гарматій. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств промисловості України	26
Олександр Антонов; Олександра Лактіонова. Оцінювання вартості ринку нерухомості в Україні з використанням web-scraping	35
Наталія Летуновська; Ганна Вода; Світлана Кадуріна; Світлана Цуненко. Особливості впровадження інновацій на прикладі українського бренда	45
Марина Мельник. Компетенції співробітників підприємству щодо здатності до створення та впровадження відкритих інновацій	56
Ольга Ніколайчук. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи	64
Лариса Тешева. Аналіз ринку праці в інноваційно-інвестиційній моделі економічного зростання	78
Михайлина Фаріон; Марія Бута. Подолання бідності: що важливіше, темп зростання чи якість інститутів	84
Антоніна Фаріон-Мельник; Віктор Сернецький. Проблема зв'язку між рівнем децентралізації бюджетних коштів та зростанням регіональної економіки	96
Аліса Шевченко; Ольга Петренко. Тенденції розвитку молочного скотарства в Україні	109
Наталія Якимова. Когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці	118

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Олена Мошковська. Методичні підходи до оцінювання якості фінансово-економічної інформації	126
--	-----

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Анастасія Балацька. Напрямки вдосконалення кредитного забезпечення розвитку підприємницької діяльності в Україні	136
Артур Жаворонок. Тенденції розвитку ринку кредитних послуг в Україні	145
Леся Колінець; Сергій Радинський. Інвестиційна політика у галузі FINTECH: вітчизняний та зарубіжний досвід	156
Олена Шишкіна. Класифікація промислових підприємств у контексті управління фінансовими ризиками	164

МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Ольга Гагалюк.</i> Шляхи підвищення культури підприємництва або «корпоративна етика» як засіб виховання бізнесмена	176
<i>Олена Долгальова; Анна Виходцева.</i> Формування корпоративної культури підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку	183
<i>Марина Єщенко; Ангеліна Гречко.</i> Сучасні технології формування колективу та розвитку персоналу організації	193
<i>Тетяна Кузь; Людмила Малюта; Галина Островська.</i> Державне та приватне партнерство в умовах об'єднаних територіальних громад (організація розвитку інфраструктури та сервісного обслуговування)	199

МАРКЕТИНГ

<i>Ірина Карабаза.</i> Економічні фактори маркетингового середовища підприємств ресторанного бізнесу	208
<i>Людмила Захаркіна; Людмила Сазер; Любов Сигида.</i> Дослідження ступеня готовності України до викликів індустрії 4.0 та посилення інноваційної активності	214
<i>Олена Чигрин; Олексій Люльов; Тетяна Пимоненко; Світлана Косторнова.</i> Зелена конкурентоспроможність бізнес-сектора України в рамках глобальних тенденцій	223

ПІДПРИЄМНИЦТВО,
ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

<i>Галина Кошельок; Раїса Грінченко.</i> Аналіз грошових потоків у системі управління підприємством	231
<i>Вікторія Стеценко; Юлія Березова.</i> Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії	243

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>Марія Варламова; Юлія Дем'янова.</i> Основні тенденції діджиталізації у глобальному вимірі	251
<i>Мар'яна Ліфанова.</i> Трансформація міжнародного інвестиційного ринку в умовах глобалізаційних викликів	261
<i>Юлія Солоненко; Ілля Чкареулі.</i> Феномен сімейних транснаціональних корпорацій у системі економік країн світу	270
<i>Єгор Чеботарьов; Вячеслав Чеботарьов.</i> Польща, Литва, Україна: національні ділові культури як детермінанта інтеграції на європейських і світових ринках	279



ECONOMISC

ЕКОНОМІКА

УДК 336.6. 355.01:34

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПРИВАТНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ КОМПАНІЇ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ

Сергій Баранов

Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна

Резюме. Проведено комплексне дослідження сучасного стану щодо концептуальних аспектів формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії в умовах гібридної війни. Виокремлено основні функціональні задачі, пріоритетні фінансових інтереси. Проведено ідентифікацію впливу основних загроз та інструментарії механізму забезпечення приватної військової компанії в сучасних трансформаційних умовах. Доведено ефективність механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії, що залежить від використання фінансових важелів, інформаційного забезпечення та інструментів у процесі протидії загрозам. Обґрунтовано основні методи оцінювання рівня забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії. Доведено, що функціонування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії має бути направлено на досягнення таких задач: визначення фінансових інтересів приватної військової компанії, які потребують захисту; виявлення на ранніх стадіях загроз, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, які не дозволяють реалізувати фінансові інтереси приватної військової компанії; розроблення та реалізація системи заходів щодо нейтралізації загроз фінансовим інтересам приватної військової компанії та недопущення можливих фінансових збитків. Слід відзначити, що своєчасна і точна ідентифікація загроз фінансовим інтересам компанії є необхідною передумовою створення дієвого механізму забезпечення його фінансової безпеки. В сучасних умовах на фінансову діяльність приватної військової компанії здійснюють, окрім фінансових, ще й економічні, політичні, соціальні, техногенні та інші загрози. Обов'язковим елементом у структурі механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є фінансові методи як способи впливу фінансових відносин на господарський процес. Найбільш розповсюдженими є такі методи, як: інвестування, кредитування, оподаткування, оренда, планування, прогнозування, самофінансування, система розрахунків, страхування, факторинг, фінансування та інші.

Ключові слова: приватна військова компанія, фінансова безпека, механізм забезпечення фінансової безпеки, загрози фінансової безпеки, критерій фінансової безпеки приватної військової компанії.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.007

Отримано 10.03.2020

UDC 336.6. 355.01:34

FORMATION OF THE PRIVATE MILITARY COMPANY'S FINANCIAL SECURITY MECHANISM: CONCEPTUAL ASPECTS AND THREAT IDENTIFICATION

Sergey Baranov

Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Summary. *The comprehensive investigation of current state concerning the conceptual aspects of the private military company financial security mechanism formation under the hybrid war conditions is carried out and the main functional tasks, priority financial interests are identified. The influence of the main threats and mechanism tools for the private military company supply under modern transformation conditions are identified. As the result, the effectiveness of financial security mechanism of the private military company depending on financial levers, information support and tools use in threat countermeasures process is proved. The basic methods for assessing the private military company financial security level are substantiated. It is proved that the functioning of mechanism for ensuring the private military company financial security should be aimed at achieving the following tasks: identification of the private military company financial interests requiring protection; determination, in the early stages, the threats, both internal and external, that do not implement the financial interests of the private military; development and implementation of measures system concerning the threat countermeasures for the private military company financial interests and prevention possible financial losses. It should be noted that timely and accurate identification of the company financial interests threats is necessary precondition for creation the effective mechanism of its financial security ensuring. Under current conditions, the private military company financial activities are affected not only by financial, but economic, political, social, technology-related and other threats as well. The compulsory elements in the structure of the private military company financial security mechanism are financial methods as the means of financial relations influence on the economic process. The most common methods are: investing, lending, taxation, renting, planning, forecasting, self-financing, accounting system, insurance, factoring, financing and others.*

Key words: *private military company, financial security, financial security mechanism, financial security threats, financial security criterion of private military company.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.007

Received 10.03.2020

Постановка проблеми. В умовах гібридної війни практичний досвід показав, що крім регулярних збройних формувань також приймають участь приватні військові компанії. Звертаємо увагу на те, що в Україні досить мало приділено уваги приватним військовим компаніям. На основі проведених досліджень встановлено, що приватна військова компанія (ПВК; англ. private military company) – комерційне підприємство, що пропонує спеціалізовані послуги, пов'язані з охороною, захистом (обороною) кого-небудь і до чого-небудь, нерідко з участю у військових конфліктах, а також зі збором розвідувальної інформації, стратегічним плануванням, логістикою і консультуванням [8]. Не можливо залишити поза увагою те, що у вітчизняній періодиці відсутнє нормативно-правове забезпечення даного виду бізнесу. Саме тому вивчення даної проблеми є надзвичайно актуальним. У таких умовах функціонування необхідно побудувати систему захисту, що дозволить приватній військовій компанії забезпечити протидію від негативного впливу внутрішніх та зовнішніх загроз. Практична дієвість системи захисту фінансових інтересів приватної військової компанії досягається за допомогою відповідного механізму, який має забезпечити підприємству ефективне функціонування та розвиток в сучасних трансформаційних умовах, який би нейтралізуючи зовнішні та внутрішні загрози, надав можливість йому стабільно

розвиватися. Даний механізм повинен враховувати умови, що постійно змінюються, фінансові інтереси підприємства та оптимально поєднувати всі свої складові, визначенню яких має бути приділена особлива увага.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань наукової проблематики щодо механізму забезпечення фінансової безпеки держави та підприємницьких структур розглядаються у наукових працях Бланка І. О., Вівчар О. І., Горячевої К. С., Головкової Л. І., Гринюк Н. А., Кіма Ю. Г., Кракоса Ю. Б., Лаврова Ю. В., Франчука В. І. та інших дослідників. Сьогодні серед авторів відсутній єдиний підхід щодо складових механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії, що зумовлює подальші дослідження у цьому напрямку.

Метою статті є дослідження концептуальних аспектів формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії, а також обґрунтування ідентифікації впливу основних загроз та основних методів оцінювання рівня забезпечення даної безпеки.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: дослідити концептуальні аспекти формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії; провести ідентифікацію впливу основних загроз та інструментарій механізму забезпечення приватної військової компанії; обґрунтувати ефективність механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії.

Виклад основного матеріалу. Фінансова безпека приватної військової компанії є складним, динамічним явищем і, відповідно, потребує розроблення такого механізму, який би враховував усі її характеристики та умови функціонування суб'єкта господарювання. На нашу думку, під фінансовою безпекою приватної військової компанії слід розуміти систему захисту його фінансових інтересів від постійного деструктивного впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, що дозволяє йому ефективно розвиватися у поточному та перспективному періоді. Забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії має розглядатися як процес реалізації заходів щодо недопущення (попередження) можливих фінансових збитків у поточному та перспективному періоді.

Функціонування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії має бути направлено на досягнення таких завдань: 1) визначення фінансових інтересів приватної військової компанії, які потребують захисту; 2) виявлення на ранніх стадіях загроз, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, які не дозволяють реалізувати фінансові інтереси приватної військової компанії; 3) розроблення та реалізація системи заходів нейтралізації загроз фінансовим інтересам приватної військової компанії та недопущення можливих фінансових збитків [5].

Не можливо залишити поза увагою те, що діяльність будь-якого суб'єкта господарювання відбувається у середовищі, що постійно змінюється, відповідно, не може не зазнавати як внутрішніх, так і зовнішніх загроз. Зволікання з прийняттям управлінських рішень щодо нейтралізації негативного впливу цих загроз призведе до збиткової діяльності суб'єкта господарювання, погіршення рівня платоспроможності, ділової активності та можливості ефективно розвиватися у довгостроковій перспективі. Своєчасна ідентифікація та подальше усунення загроз є одним із пріоритетних завдань фінансового управління з метою захисту фінансових інтересів приватної військової компанії. Своєчасна і точна ідентифікація загроз фінансовим інтересам компанії є необхідною передумовою створення дієвого механізму, забезпечення його фінансової безпеки.

Слід зазначити, що вплив на фінансову діяльність приватної військової компанії здійснюють, окрім фінансових, ще й економічні, політичні, соціальні, техногенні та інші

загрози. Усі загрози, які негативно впливають на діяльність компанії, у науковій літературі прийнято розподіляти на внутрішні (або ендогенні, що зароджуються всередині підприємства) та зовнішні (або екзогенні, що зароджуються за межами приватної військової компанії). Також загрози можна поділити на суб'єктивні та об'єктивні. Об'єктивні загрози виникають без участі приватної військової компанії і на них неможливо вплинути. До об'єктивних загроз відносяться: форс-мажорні обставини (стихійні лиха, заворушення, війни), непередбачувані зміни економічного стану в країні, нестабільне політичне та соціальне становище, жорсткий податковий тиск, погіршення інвестиційного клімату, великі втрати особового складу та техніки під час ведення бойових дій тощо). Одним із способів мінімізації втрат від негативного впливу об'єктивних факторів є врахування цих загроз при укладанні договорів з партнерами. Суб'єктивним загрозам сприяє неефективна робота персоналу приватної військової компанії, а також навмисні негативні дії третіх осіб (конкурентів). До внутрішніх суб'єктивних загроз можна віднести неефективне управління активами та джерелами їх формування; фінансове планування; організаційна структура приватної військової компанії; його товарна, ринкова, цінова, кадрова політика тощо. Зовнішні суб'єктивні загрози проявляються у захопленні ринку конкурентами, застосуванні несумлінної конкуренції, цінових маніпуляціях, шахрайстві, скуповуванні акцій та інших цінних паперів підприємства зовнішніми інвесторами, відмові від готової продукції покупцями або затримці у її оплаті, невиконанні укладених домовленостей постачальниками тощо. Для недопущення негативного впливу суб'єктивних факторів необхідно створити ефективну аналітичну службу, яка б оперативно досліджувала фінансовий стан та конкурентоспроможність приватної військової компанії, вивчаючи конкурентів та прогнозуючи їх майбутню діяльність, аналізувала платоспроможність покупців його послуг, надійність постачальників озброєння, техніки та матеріальних ресурсів [3].

Отже, виходячи з головної мети функціонування приватної військової компанії, головним фінансовим інтересом підприємства є максимізація прибутку його власників. Слід зауважити, що, перш за все, захисту потребують фінансові інтереси приватної військової компанії, які безпосередньо впливають на зміст механізму забезпечення фінансової безпеки [4].

Докладно система пріоритетних фінансових інтересів підприємства відображена у дослідженні Бланка І. О. і вона включає: 1) зростання рівня доходності власного капіталу підприємства (рівня фінансової рентабельності); 2) достатність фінансових ресурсів, що формуються на всіх етапах майбутнього розвитку підприємства; 3) фінансова стабільність підприємства в професійному розвитку; 4) високий рівень інвестиційної активності та ефективності інвестицій; 5) ефективна нейтралізація фінансових ризиків; 6) високий інноваційний рівень фінансової діяльності; 7) швидке та ефективне подолання кризових фінансових ситуацій, що виникли. Досягнення вказаних вище фінансових інтересів дозволить приватної військової компанії забезпечити виконання головної мети – максимізації прибутку [2, с. 48].

Продовжуючи логіку нашого дослідження, слід відзначити, що під інструментарієм механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії варто розуміти сукупність інструментів, що застосовується для прийняття управлінських рішень з метою захисту його фінансових інтересів. Інструментарій включає фінансові методи, методи аналізу, критерії та індикатори, фінансові важелі та фінансові інструменти. Обов'язковим елементом у структурі механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є фінансові методи, як способи впливу фінансових відносин на господарський процес. Розповсюдженими є такі методи, як: інвестування, кредитування, оподаткування, оренда, планування, прогнозування, самофінансування, система розрахунків, страхування, факторинг, фінансування та інші.

Варто також відзначити, що важливим етапом при розробленні механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є вибір методів оцінювання її рівня. Кожен із науковців, який досліджував методологічний апарат оцінювання рівня забезпечення фінансової безпеки, пропонував використовувати достатньо широке коло методів. Це пов'язано з тим, що поняття «фінансова безпека» є складною економічною категорією і кожна її складова потребує індивідуального підходу. Найчастіше у наукових працях зустрічається такий перелік методів оцінювання рівня забезпечення фінансової безпеки: 1) метод спостереження (полягає у розрахунку фінансових показників підприємства та порівнянні їх значень з нормативами, з середніми галузевими показниками, з даними попередніх років, з плановими показниками, показниками провідних підприємств галузі тощо); 2) метод експертного оцінювання (ґрунтується на досвіді провідних фахівців); 3) метод аналізу та оброблення сценаріїв (полягає у організації взаємодії фахівців різних напрямків при постановці та вирішенні складних фінансових проблем з використанням сучасних засобів математичного моделювання); 4) методи оптимізації (використовуються при аналітичному описі процесів, що досліджуються, для синтезу будь-якого з обраного критерію фінансової безпеки); 5) теоретико-гравельні методи (використовуються для аналізу двох чи багатосторонніх конфліктних ситуацій); 6) корисні методи (дозволяють оперувати багатьма показниками і кількісними, і якісними); 7) методи розпізнавання образів (полягають у перетворенні вхідної інформації (параметрів, ознак) у вихідну (висновки про віднесення образу до складової фінансової безпеки); 8) методи теорії нечітких систем (дозволяють формалізувати неточні, недосконалі, суперечливі знання, тобто наближують комп'ютерну мову до природної для спеціалістів мови); 9) методи багатовимірного статистичного аналізу (полягають у переході від першочергової системи сильно корельованих між собою фінансових показників до нових некорельованих компонентів чи факторів) [1, с. 72; 7, с. 59].

Звертаємо увагу на те, що наведений вище перелік можна розширити залежно від потреб забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії. Підставою для проведення оцінювання рівня загроз та обсягу їх негативного впливу є критерії фінансової безпеки. Під критерієм фінансової безпеки приватної військової компанії розуміють певну ознаку (або сукупність ознак), на підставі якої здійснюється оцінювання рівня фінансової безпеки. Критерії визначаються шляхом розрахунку системи фінансових показників як відносних, так і абсолютних. Про ефективність забезпечення фінансової безпеки можна говорити у тому випадку, якщо всі показники або індикатори фінансової безпеки відповідатимуть своїм граничним (нормальним) значенням. Тобто, індикатор – це певний показник, що демонструє кількісні та якісні характеристики фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

З практичної точки зору варто відзначити, що ефективність механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії залежатиме від того, наскільки розумно та виважено дані фінансові важелі та інструменти будуть використанні у процесі захисту їх фінансових інтересів. Однією зі складових механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є нормативно-правове забезпечення управлінських рішень. Правове забезпечення включає кодекси України, закони України, укази Президента, постанови Кабінету Міністрів України, накази та положення міністерств та відомств, статутні документи підприємств. За їх допомогою держава має змогу здійснювати регулювання фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання. Нормативне забезпечення включає інструкції, нормативи, методичні вказівки та пояснення тощо. Не можна залишити поза увагою те, що в Україні немає нормативно-правового забезпечення діяльності приватних військових компаній.

Це питання потребує вивчення, якісного розроблення, щоб відповідати світовим стандартам у зв'язку з постійними інтеграційними процесами.

Важливим елементом формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є інформаційне забезпечення, що складається зі статистичної, економічної, комерційної, фінансової та іншої інформації. Джерела надходження інформації поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх джерел відносяться: показники фінансового обліку підприємства – дані можна отримати з балансу (форма 1), звіту про фінансові результати (форма 2), звіту про рух грошових коштів (форма 3), звіту про власний капітал (форма 4), приміток до фінансової звітності; показники управлінського обліку – інформація про фінансову та комерційну діяльність підприємства (є комерційною таємницею). Зовнішні джерела інформації містять дані про: рівень макроекономічного розвитку країни та галузі, до якої відноситься підприємство; кон'юнктуру фінансового ринку; діяльність конкурентів та як існуючих, так і потенційних партнерів (постачальників, покупців, банків, страховиків). Адже, повна, своєчасна та достовірна інформація дозволить приймати ефективні рішення для запобігання та подолання різного роду загроз фінансовим інтересам суб'єкту господарювання [6, с. 52–53].

Висновки. Оптимальна побудова механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії за допомогою вищевказаних елементів дозволить своєчасно виявляти симптоми загроз, вживати превентивні заходи щодо їх попередження та відновлювати фінансову стабільність суб'єктів господарювання. На даному етапі розвитку не існує загально прийнятого механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії, а існуючі розроблення потребують удосконалення у сучасних умовах функціонування даних компаній, що постійно змінюються. Механізм забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії є досить складним і охоплює широке коло елементів, оптимально поєднавши які, матиме змогу своєчасно виявляти будь-які фактори небезпеки, при цьому забезпечивши свій стабільний розвиток.

Conclusions. Summarizing the above described, it should be noted that the optimal development of the private military company financial security mechanism using the above mentioned elements makes it possible to determine timely the threats symptoms, take preventative measures in order to warn them and restore the financial stability of economic entities. In fact, at this development stage there is no generally accepted mechanism for ensuring the private military company financial security, and existing developments require improvement under current conditions of functioning of these constantly changing companies. The mechanism of the private military company financial security is quite complex and covers a wide range of elements optimal combination of which them most optimally makes it possible to detect any risk factors timely ensuring its stable development.

Список використаної літератури

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. 759 с.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия: навч. посіб. К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. 784 с.
3. Вівчар О. І. Теоретичні аспекти безпекознавства в умовах підприємств (фундаментальні загрози в сучасному соціогуманітарному просторі). Соціально-економічні проблеми і держава. Тернопіль, 2017. Вип. (1) 16. С. 24–31. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>.
4. Вівчар О. І. Перманентна генерація розвитку рейдерства в контексті деструктивних економічних явищ. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Випуск III (55). Чернівці, 2014. С. 44–47.
5. Військовий навігатор України: незалежний мілітарний дайджес. Приватні військові компанії (ПВК) в Україні. URL: <https://milnavigator.com.ua/2019/09/16/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%>

B2%D0%B0%D1%82%D0%BD%D1%96-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%BF%D0%B2%D0%BA-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80/.

6. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 483 с.
7. Основы экономической безопасности: государство, регион, предприятие, личность: монография / под ред. Е. А. Олейникова. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. 288 с.
8. Приватні військові компанії: що відомо про їх існування в Україні та світі URL: https://24tv.ua/privatni_viyskovi_kompaniyi_shho_vidomo_pro_yih_isnuvannya_v_ukrayini_ta_sviti_n1235633.

References

1. Baranovskyi O. I. Finansova bezpeka v Ukraini (metodolohiia otsinky ta mekhanizmy zabezpechennia): monohrafiia. Financial security in Ukraine (valuation methodology and mechanisms): monograph. K.: Kyiv, 2004. P. 759. [In Ukrainian].
2. Blank Y. A. Upravlenye fynansovoi bezopasnostiu predpriyatiya: navch. Posib. Management of financial security of the enterprise: textbook. tool. K.: Elga, Nika-Center, 2004. P. 784. [In Ukrainian].
3. Vivchar O. I. Teoretychni aspekty bezpekoznavstva v umovakh pidpriemstv (fundamentalni zahrozy v suchasnomu sotsiohumanitarnomu prostori). Theoretical Aspects of Security Studies in the Conditions of Enterprises (Fundamental Threats in the Modern Socio-Humanitarian Space). Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava – Socio-economic problems and the state. Ternopil. Ternopil. 2017. Vol. (1) 16. P. 24–31. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>. [In Ukrainian].
4. Vivchar O. I. Permanentna heneratsiia rozvytku reiderstva v konteksti destruktivnykh ekonomichnykh yavlyshch. Permanent generation of raider development in the context of destructive economic phenomena. Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky. Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences. 2014. Issue III (55). P. 44–47. [In Ukrainian].
5. Viiskovyi navigator Ukrainy: nezalezhnyi military daidzhes. Pryvatni viiskovi kompanii (PVK) v Ukraini. Ukraine's Navigator: Independent Military Digest. Private military companies (PVCs) in Ukraine. URL: <https://milnavigator.com.ua/2019/09/16/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BD%D1%96-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%BF%D0%B2%D0%BA-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80/>. [In Ukrainian].
6. Kovalenko L. O. Finansovyi menedzhment: navch. posib. Financial management: textbook. tool. K.: Knowledge, 2008. P. 483. [In Ukrainian].
7. Osnovy ekonomicheskoi bezopasnosti: gosudarstvo, rehyon, predpriyatie, lychnost: monohrafiya. Fundamentals of economic security: state, region, enterprise, personality: monograph, pod red. E. A. Oleynikova. M.: ZAO "Business-school "Intel-Synthesis", 1997. P. 288. [In Ukrainian].
8. Pryvatni viiskovi kompanii: shcho vidomo pro yikh isnuvannia v Ukraini ta sviti. Private military companies: what is known about their existence in Ukraine and in the world. URL: https://24tv.ua/privatni_viyskovi_kompaniyi_shho_vidomo_pro_yih_isnuvannya_v_ukrayini_ta_sviti_n1235633. [In Ukrainian].

УДК 338.27

МАГІСТРАЛЬНІ ТРАЄКТОРІЇ МОНЕТАРНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ

Віктор Ганін¹; Вікторія Соляр²

¹Харківський торговельно-економічний інститут Київського
національного торговельно-економічного університету, Харків, Україна

²Харківський національний педагогічний університет
імені Г. С. Сковороди, Харків, Україна

Резюме. Присвячена вивченню прогнозних показників розподілу і диференціації доходів населення, спирається на сучасні методи кількісного аналізу. Відображена спроба виробити систему показників, що всебічно і комплексно презентують прогноз й еволюцію факторів, які визначають вплив зовнішнього середовища, зокрема й динаміки макроекономічних показників на розподіл та диференціацію грошових доходів населення в умовах української економіки. Метою дослідження є розроблення теоретико-методологічного підходу до використання моделей і методів прогнозу розподілу населення за рівнем доходів, показників диференціації; визначення впливу основних макроекономічних факторів на динаміку процесів формування і механізмів регулювання прогнозних показників розподілу грошових доходів населення та оцінювання перспектив розвитку цих процесів. Об'єкт дослідження – механізми утворення й розподілу грошових доходів населення, фактори та взаємозв'язки, що визначають стан і розвиток цих механізмів. Предмет дослідження – статистичні методи і моделі прогнозування параметрів логарифмічно нормального розподілу грошових доходів населення, показників їх диференціації, в яких враховується вплив на параметри і показники відповідних макроекономічних й монетарних показників. Для забезпечення процесів прогнозування грошових доходів населення виконані дослідження факторів, що впливають на динаміку доходів населення в довготерміновій перспективі. Теоретико-методологічною основою дослідження послужили положення макроекономіки, економіко-математичного моделювання, загальної теорії статистики, що також використані в роботах вітчизняних і зарубіжних дослідників у розв'язанні проблем вимірювання прогнозних показників розподілу і диференціації грошових доходів населення. Встановлено, що в аналізований період часу найбільший зв'язок існує між величиною грошових доходів населення та ВВП України. Далі в порядку убуття – рівень зайнятості економічно активного населення та суми державного боргу. За результатами проведеного моделювання зроблено висновок про врахування цих тенденцій у розробленні стратегічних напрямів державної політики в сфері підвищення рівня життя і, зокрема, доходів населення. Статистична методологія та система прогнозних розрахунків відображена єдиним комплексом, визначає параметри розподілу населення за рівнем грошових доходів, показників диференціації на базі прогнозних показників макроекономіки і грошово-кредитних показників. Практична реалізація цієї системи показників підтверджує можливість її використання на державному і регіональному рівнях.

Ключові слова: доходи населення, фактори, динаміка, прогнозування, кореляційно-регресійна модель, диференціація доходів населення, рівень життя, система показників.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.014

Отримано 25.03.2020

UDC 338.27

MAIN PATHS FOR MONETARY FORECASTING OF PERSONAL INCOME

Viktor Hanin¹; Viktoriia Soliar²

¹*Kharkiv Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Kharkov, Ukraine*

²*H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Kharkov, Ukraine*

Summary. The paper deals with the investigation of forecasting indicators of distribution and differentiation of personal income and is based on modern methods of quantitative analysis. The attempt to develop the indicators system comprehensively presenting the forecast and evolution of external factors, including the dynamics of macroeconomic indicators on the distribution and differentiation of personal income in the Ukrainian economy is made. The objective of the investigation is to develop theoretical and methodological approach to the application of models and methods of population distribution forecasting by income level, differentiation indicators; determination of the main macroeconomics factors influence on the dynamics of formation processes and mechanisms of forecasting indicators regulation for personal monetary income distribution and assessment of these processes development prospects. The study object is the mechanisms of formation and distribution of personal monetary income, factors and relationships determining these mechanisms status and development. The investigation focuses on statistical methods and models of forecasting the parameters of logarithmically normal distribution of personal monetary income, their differentiation indicators, taking into account the influence on parameters and indicators of the relevant macroeconomic and monetary indicators. To ensure the processes of forecasting personal income, the investigations of the factors influencing the personal income dynamics for long-term prospects are carried out. The theoretical and methodological basis of the study are the statements of macroeconomics, economic and mathematical modeling, and general statistics theory, used in the investigations of national and foreign researchers as well for solving the problems of measuring the forecasting distribution and differentiation indicators of personal monetary income. It is determined that during the analyzed period, the greatest relationship is between the amount of personal monetary income and GDP of Ukraine. The following in the descending order are: the employment level of economically active population and the government debt amount. On the basis of the modeling results, we concluded that these tendencies should be taken into account in the development of strategic directions of the state policy in the sphere of living standards rise and, particularly, personal income. Statistical methodology and forecasting calculations system are presented in the single complex, determining the parameters of the population distribution by the monetary income level, differentiation indicators based on macroeconomic and monetary indices. Practical implementation of this indicators system proves the possibility of its application at national and regional levels.

Key words: personal income, factors, dynamics, forecasting, correlation-regression, model, personal income differentiation, living standards, indicators system.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.014

Received 25.03.2020

Постановка проблеми. При переході до інноваційної моделі розвитку української економіки з'являються нові виклики, пов'язані зі зростанням ролі людського фактора, формуванням стабільного середнього класу, збільшенням рівня добробуту населення, який характеризується обсягом реальних доходів на душу населення, обсягом споживання, а, отже, і обсягом заощаджень, а також скороченням диференціації населення і рівня бідності. Головною складовою процесу формування інформаційного суспільства, економіки знань стає творча людина, а провідним джерелом економічного зростання – висока кваліфікація, професійні знання, унікальні здібності та навички, вміння адаптувати отримані знання до постійно змінюваних умов. Все це вимагає вдосконалення соціально-економічної політики, в тому числі шляхом підвищення ефективності механізму державного регулювання й прогнозування доходів та витрат населення з використанням прямих і непрямих інструментів, спрямованих на

підвищення мобільності робочої сили, важливе місце серед яких належить податковій та грошово-кредитній політиці.

Підвищення рівня суспільного добробуту населення є однією з головних завдань уряду країни. Важливим фактором економічного зростання виступають доходи домашніх господарств, їх структура і напрями використання. Доходи населення визначають рівень життя, формують споживчу поведінку, забезпечують відтворення людського потенціалу. У нашій країні зберігається значна диференціація населення за доходами, є прошарок суспільства, що знаходиться нижче рівня бідності [1].

Механізм регулювання соціально-економічних показників за допомогою заходів грошово-кредитної політики передбачає використання точних методів прогнозування, що в нинішніх умовах потребує формування якісного та усестороннього банку інформаційно-аналітичних даних про соціо-еколого-економічний стан країни у динамічному й територіальному вимірах; додаткового дослідження й теоретико-методологічного обґрунтування прогностичних прийомів. Наукова актуальність дослідження цих питань особливо зростає при переході до інформаційного суспільства та є практично значуща з точки зору сприяння підвищенню якості життя, зниження диференціації населення за рівнем доходу, скорочення бідності, і, тим самим, зниження соціальної напруженості в нашій країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням монетарного регулювання доходів і витрат населення, особливо в умовах складної кризової ситуації у світовій економіці, приділяється значна увага в дослідженнях вітчизняних вчених: Ю. Бажала, Ю. Баженової, В. Вітлінського, С. Корабліна, Н. Шелудько, В. Шевчук, С. Шумської, В. Юрчишина та ін. [2], а також таких зарубіжних вчених, як Р. Бейлі, Г. Корсетті, Б. Лоуренс, Т. Сарджент, Н. Хенлі, Р. Хорст, Ф. Шнейдер та ін. [3].

Критерії впливу на доходи населення з позицій досягнення макроекономічної стабільності досліджували П. Агенор, В. Балюк, Д. Блейдс, Ю. Верич, Дж. Гасснер, М. Єгоров, Т. Костишина, В. Лановий, Е. Лібанова, С. Мавроєдіс, Д. Медовс, Е. Фейг, Н. Холод, Г. Шинасі, О. Ястремська та ін.

Нами були вивчені роботи А. Аганбегяна, У. Бейджхоти, В. Бурлачкової, В. Гамзи, А. Грінспена, М. Давтяна, Д. Кауфмана, Дж.М. Кейнса, О. Котлярова, Л. Крилової, А. Крючкової, О. Лаврушина, М. Малкіної, С. Міщенко, Е. Муягіка, У. Петті, В. Пищика, Г. Фетисова, М. Фрідмана, К. Юдаєва, І. Юдіної, Л. Юзковича та інших вчених з питань макроекономічної політики та її впливу на формування грошових доходів.

Методологія аналітичного обґрунтування, побудови й застосування економіко-математичного моделювання у макропрогнозуванні монетарних процесів представлена вітчизняними вченими О. Балакіревим, Д. Богинею, С. Веремєєм, В. Геєцем, Ю. Городніченком, Л. Дмитришиним, Т. Клебановою, І. Лук'яненко, В. Мандибурою, Т. Меркуловою, М. Скрипниченко, О. Черняком та ін., а також західними дослідниками Т. Кірсановою, Л. Клейном, Дж. Стерманом, Е. Того, Дж. Форестером та ін.

Теоретико-методологічною базою дослідження виступили роботи Т. Андерсена, Н. Валласа, Д. Воррела, М. Дахан, Е. Де ла Пієдра, Л. Жака, Е. Того, Д. Крука, В. Козюка, Д. Криворотова, Д. Левченка, І. Лук'яненка, С. Моїсєєва, С. Ніколайчука та інших українських і зарубіжних фахівців в галузі грошово-кредитної політики, макроекономічного аналізу, політичної економії.

Метою дослідження є комплексний аналіз форм, методів та інструментарію прогнозування доходів населення, аналізу їх диференціації на основі врахування макроекономічних та монетарних індикаторів у системі статистичних показників.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

- удосконалити теоретико-методологічний підхід щодо прогнозування параметрів розподілу населення за рівнем грошових доходів, що включає систему моделей і методів та визначає вплив основних макроекономічних факторів на динаміку процесів формування показників диференціації доходів;
- виявити зв'язки і пропорції, що визначають вплив показників макроекономіки та інструментів грошово-кредитної політики на параметри розподілу населення за рівнем середньодушових грошових доходів;
- розробити моделі і систему показників, що відповідає сучасним вимогам багатопараметричних логарифмічних розподілів населення за рівнем грошових доходів, та дозволяють більш гнучко описувати процеси розподілу грошових доходів з урахуванням впливу окремих макроекономічних факторів.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: статистичний та економічний аналізи [4], синтез, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

Інформаційною основою роботи послужили аналітичні матеріали Національного банку України і Центральних банків інших держав, огляди Державної служби статистики України, а також нормативно-правові акти різних відомств і міністерств. Крім того, були використані матеріали Європейського та Світового Банку, Міжнародного Валютного Фонду, дані інформаційних агентств і періодичних видань.

Виклад основного матеріалу. Доходи населення – багатопланова, багатофункціональна категорія, що висвітлює складне економічне явище та відбиває взаємодію багатьох економічних процесів. Доходи населення надходять у процесі формування, розподілу та перерозподілу внутрішнього сукупного продукту. В цьому економічному процесі вони отримують грошову або натуральну форму. Домінуючими є грошові доходи, що у структурі сукупних ресурсів домогосподарств стабільно становлять періодично більше або менше 90-відсоткової частки. Грошові доходи населення включають оплату праці; доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості, трансферти (пенсії, допомоги, стипендії та інші поточні трансферти населення); доходи від власності (відсотки по депозитах, дивіденди й інші доходи від власності); інші доходи (наприклад, надходження від продажу продукції підсобних господарств) [5].

Основним джерелом грошових доходів населення була і залишається оплата праці, виплати з фондів споживання (пенсії, стипендії, інші різновиди допомоги). В загальній сумі грошових доходів майже 57% становить оплата праці (станом на кінець 3 кварталу 2019 р.), частка якої постійно зростала з 47,6% у 2010 р. до 50,8% у 2012 р. та з 46,7% у 2016 р. до 54,5% у 2018 р. [5]. Пенсії, стипендії, соціальні допомоги, надані готівкою, у структурі доходів займають за цей період від 27 до 20% з поступовим зменшенням до 19,3% у 2019 р. Це відбувається як за рахунок зростання частки оплати праці у структурі доходів домогосподарств, так і завдяки абсолютному зменшенню цих надходжень на фоні відносної стабільності інших статей або їхнього зменшення.

Спробуємо пов'язати ці тенденції з основними макроекономічними процесами та тенденціями у монетарній політиці в Україні та спрогнозувати їх на майбутнє. Спираючися на систему сучасного інструментарію дослідження та прогнозування розвитку економічних систем, у тому числі грошово-кредитних, можливе використання методів економіко-математичного моделювання у таких напрямках аналізу: (1) теоретико-методологічному (через дослідження об'єктивних законів та складових управління грошово-кредитною сферою); (2) прикладному, пов'язаному з дослідженням конкретних проблем розроблення й моделювання, організації та вимірювання ефективності методів грошово-кредитної політики; (3) інструментальному, орієнтованому на розроблення нових інструментів моделювання окремих монетарних

процесів; (4) евристичному на етапі узагальнення даних, їх інтерпретації, пояснення отриманих результатів, конкретизації теоретичного знання й висування на цій основі нових ідей і гіпотез [6].

Розглянемо графічно взаємодію основних макроекономічних показників та інструментів монетарної політики й грошових доходів населення.

Аналізуючи рисунок 1 у період з 2010 по 2018 рр. можна сказати, що є однакові тенденції у динаміці показників, тобто в період стрімкого зростання державного боргу у 2014 р. спостерігаємо прирости доходів населення з 2015 р., але розрив між ними в обсягах зменшується. Лише у 2017 р. ситуація стабілізується – приріст державного боргу уповільнюється, а доходи населення починають зростати швидше. У 2014 р. економічна і політична ситуація в Україні та світі призвела до великомасштабної фінансової кризи. На фоні падіння світових цін на товарних і фондових ринках, в умовах обтяжуючих воєнних дій на сході України, анексії Криму, Україною були втрачені експортні ринки, спостерігався спад ВВП, падіння курсу гривні, зростання рівня інфляції та безробіття, збільшення розміру держборгу майже вдвічі і погіршення економічної ситуації в країні (таблиця 1). Така тенденція спостерігалася і в 2015 році [7].

Зростання державного боргу призводить до реальних негативних економічних наслідків: збільшення нерівності за доходом серед населення країни, можливе підвищення податків, відтік капіталу з країни, зниження розмірів інвестицій. Обсяг зовнішніх інвестицій з 57,3 млрд. дол. США у 2014 р. зменшився за рік до 42,9 млрд. дол. США, тобто більше ніж на 14 млрд. дол. США (чверть усього іноземного капіталу з років здобуття незалежності) [8].

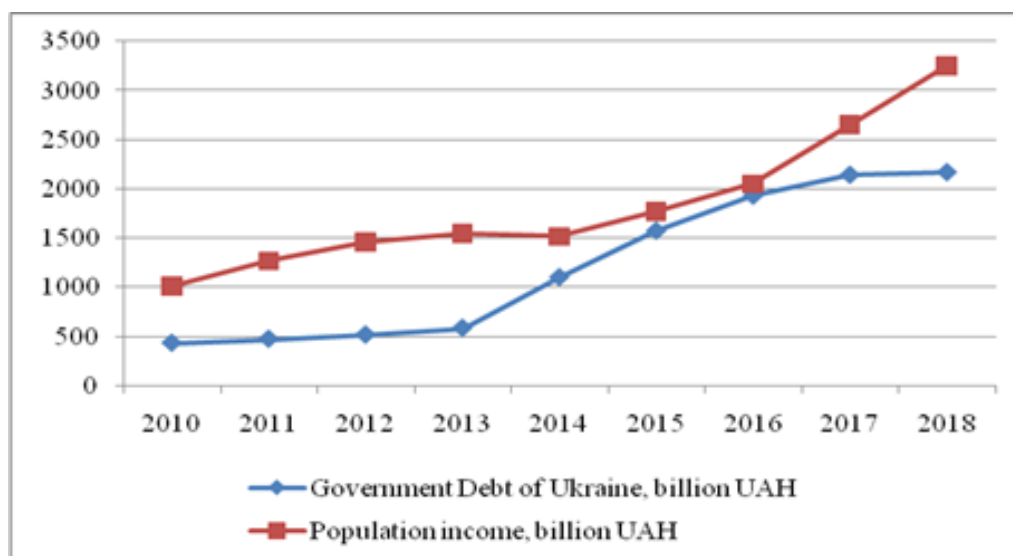


Рисунок 1. Динаміка грошових доходів населення і державного боргу, млрд. грн.¹

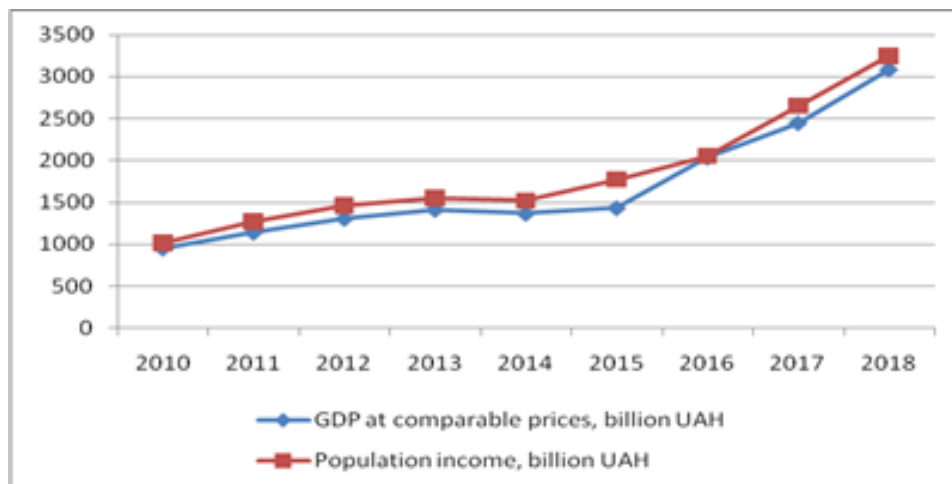
Figure 1. Personal monetary income dynamics and government debt, billion UAH

¹Джерело: складено за даними Національного банку України та Державної служби статистики України.
Source: compiled according to the National Bank of Ukraine and the State Statistics Service of Ukraine.

Таблиця 1. Динаміка основних макроекономічних та грошових індикаторів в Україні, млрд. грн.**Table 1.** Dynamics of basic macroeconomic and monetary indicators in Ukraine, billion UAH

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Доходи населення	1011,8	1266,8	1457,9	1548,7	1516,8	1772,0	2051,3	2652,1	3248,7
2. Державний борг	432,2	473,1	515,5	584,1	1100,6	1572,2	1929,8	2141,7	2168,6
3. Реальний ВВП	949,6	1138,3	1304,1	1410,6	1365,1	1430,3	2034,4	2445,6	3083,4
4. Рівень зайнятості, %	58,5	59,2	59,7	60,3	56,6	56,7	56,3	56,1	57,1
5. Облікова ставка НБУ, %	8,50	7,75	7,5	7,00	12,5	30,00	22,00	14,00	18,00
6. Індекс реального ефективного обмінного курсу	0,9510	0,9790	0,9100	0,8920	0,6770	0,7570	0,7530	0,7310	0,8620

Якщо проаналізувати динаміку грошових доходів населення і реального ВВП, очевидно, що загальні тенденції також присутні (рисунок 2). Навіть спостерігаємо перевищення доходів населення над реальним ВВП з 2017 р., що пояснюється еміграцією робочої сили та перетіканням валютних доходів українських громадян з закордону. Обсяг валютних переказів фізичних осіб з 9,3 млрд. дол. США у 2017 р. зріс близько до 11,5 млрд. дол. США у 2019 р. [5].

**Рисунок 2.** Динаміка грошових доходів населення і ВВП, млрд. грн.²**Figure 2.** Personal monetary Income DYNAMICS and GDP, billion UAH

Для побудови графічних функцій решти інструментів, виражених у відсотках прологарифмуємо такі показники як рівень безробіття, облікова ставка НБУ, індекс реального ефективного обмінного курсу (РЕОК). Нині індекс РЕОК гривні розраховується по кошику з 23 валют 37 країн – основних торгових партнерів України, скоригований на відносну зміну споживчих цін. Сукупний обсяг експорту та імпорту товарів і послуг країн, які враховуються при обчисленні РЕОК гривні, становить 85% від загального зовнішньоторговельного обороту України [8].

²Джерело: складено за даними Національного банку України та Державної служби статистики України.

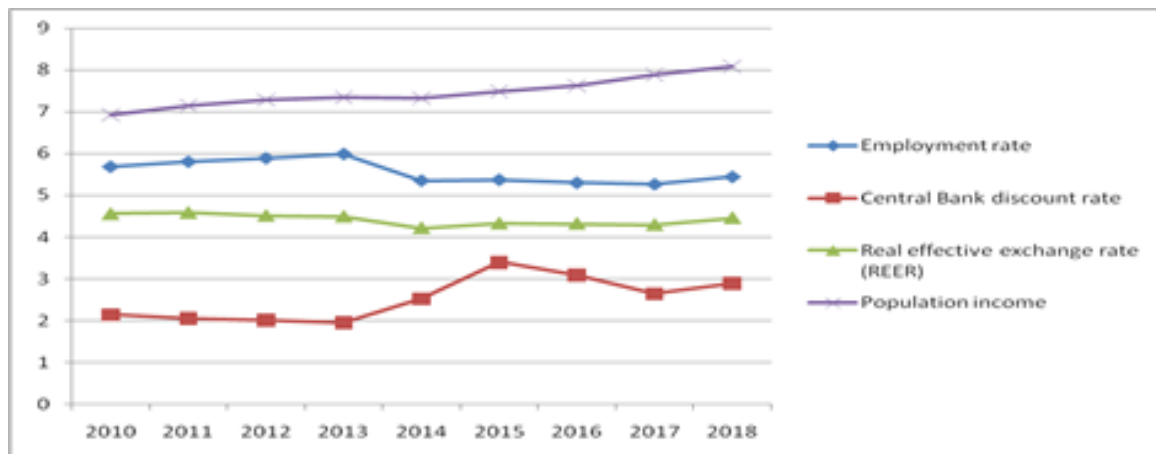


Рисунок 3. Динаміка макроекономічних та грошових індикаторів³

Figure 3. Dynamics of macroeconomic and monetary indicators

Проаналізувавши графіки динаміки основних монетарних інструментів, окремих показників національних рахунків і грошових доходів населення, можна сказати, що між ними присутні загальні тенденції зростання й падіння, а також можливі зворотні тенденції (при зростанні одного показника, спостерігається скорочення іншого). Ступінь зв'язку між показниками було визначено на основі статистичного аналізу.

При побудові багатofакторної кореляційно-регресійної моделі динаміки грошових доходів населення, як результативної ознаки, були обрані факторні ознаки за коефіцієнтами кореляції. Кінцевий відбір факторів, що увійшли в модель множинної лінійної регресії, здійснено за результатами кореляційного аналізу. Для обчислення матриці коефіцієнтів парної кореляції ми скористалися можливостями програми Excel.

Проведений аналіз показав, що доцільно включити в регресійну модель такі фактори: 3. Реальний ВВП (x_3); 4. Рівень зайнятості (x_4); 6. Індекс реального ефективного обмінного курсу (x_6), оскільки коефіцієнт парної кореляції для них склав 0,9966, 0,9956 та 0,9751 відповідно, що вказує на високий прямий зв'язок з ознакою-результатом.

Для розрахунку параметрів лінійного рівняння множинної регресії ми скористалися інструментом аналізу даних «Регресія» у програмі Excel. За результатами обчислень отримали рівняння множинної регресії:

$$Y = 3,90768X_3 + 0,49452X_4 + 0,49007X_6 - 2179,15 \quad (1)$$

Коефіцієнт множинної кореляції R , що склав 0,997376, вказує на тісний зв'язок між факторними ознаками і результативним. Коефіцієнт множинної детермінації R^2 (0,995458) показує, що зміна грошових доходів на 99,5% зумовлена зміною досліджуваних факторних ознак.

Перевірку значущості рівняння регресії проведемо на основі F -критерію Фішера. Згідно з отриманими розрахунками, $F_{\text{факт}} = 609,3135$. По таблиці для рівня значущості $p=0,05$ і числа ступенів свободи $v_1 = k = 4$ і $v_2 = n - k - 1 = 11 - 4 - 1 = 6$ значення критерію Фішера (F -критерію) становить 3,71. Оскільки $F_{\text{розрах}} > F_{\text{табл}}$, то рівняння регресії слід визнати адекватним. Отже, отримане значення коефіцієнта множинної детермінації

³Джерело: складено за даними Національного банку України та Державної служби статистики України (логарифмування фактичних значень).

Source: compiled according to the National Bank of Ukraine and the State Statistics Service of Ukraine (logarithm of actual values).

невипадкове, воно сформувалося під впливом істотних факторів, тобто підтверджується статистична значимість всього рівняння і показника тісноти зв'язку.

Значимість коефіцієнтів рівняння регресії оцінимо з використанням t-критерію Стюдента. Табличне значення t-критерію при 5%-му рівні значущості і заданих ступенях свободи ($11 - 4 - 1 = 6$) становить 2,446. Оскільки $|t_{\text{розрах}}| > t_{\text{табл}}$, то коефіцієнти при змінних X_3 , X_4 , X_6 істотні (значимі), отже, значимі і фактори.

Таким чином, отримана багатофакторна кореляційно-регресійна модель описує залежність показників, характеризує динаміку грошових доходів, є адекватною і статистично значущою. Вона може мати подальше застосування для моделювання, планування і прогнозування. Результати прогнозування доходів населення дозволять глибоко обґрунтувати прийняті управлінські рішення на державному рівні та запобігти або звести до мінімуму небажані результати діяльності в прогнозованому і поточному періоді економічного розвитку. Прогнозування зміни якісних і кількісних параметрів якомога більшої кількості процесів життєдіяльності соціуму дає змогу визначити та врахувати характер і тенденції очікуваних змін, закони їх функціонування, форми й напрями розвитку, а отже обрати напрями структурної політики розвитку з урахуванням очікуваних змін в економічному середовищі. Це стосується і вирішення соціально-економічної проблеми, пов'язаної з розшаруванням суспільства та диференціацією доходів населення.

Розподіл у суспільстві матеріальних і духовних благ безумовно призводить до диференціації доходів населення країни, регіону, громади, що визначається різним рівнем заробітної плати та соціально-демографічними факторами. Диференціація доходів – це результат розподілу доходів, що виражає ступінь нерівномірності розподілу благ і виявляється у відмінності часток доходів, одержуваних різними групами населення. Наше дослідження базується на положенні, що категорія «доходи населення» нерозривно пов'язана з категорією «диференціація доходів».

Диференціація доходів отримує найбільш повний вираз у статистичному ряді розподілу сімей за величиною доходу на душу населення. Цей ряд дозволяє уявити діючу в даний момент шкалу доходів, або «піраміду» доходів. Подібно варіативному ряду, розподіл доходів можна розглядати, як зв'язок двох змінних величин. Подана конкретним математичним рівнянням, вона є функцією від величини варіюючої ознаки у вигляді інтегралу: $y = F(x) = \int_0^x f(x_i) dx$, або як її похідна:

$$F'(x) = f(x). \quad (2)$$

На практиці використовуються деякі узагальнюючі показники: показники центральної тенденції (середня, медіана, мода); структурні характеристики (різного роду квінтيلي); показники коливання та розсіювання (варіаційний розмах, дисперсія, лінійне та квадратичне відхилення); спеціальні вимірники нерівномірності та асиметрії (коефіцієнт концентрації, коефіцієнт середніх рівнянь).

Кращим вимірником диференціації доходів є деціальний коефіцієнт, який розраховується як співвідношення рівнів, вище і нижче яких знаходяться десятки частини сукупного ряду $K_d = D/D_1$. Його різновидом є коефіцієнт фондів (K_f), який вимірюється співвідношенням між середніми арифметичними внутрішніх та крайніх деціальних груп ряду, або, що те ж саме, між їхніми долями в загальному фонді заробітної плати чи доходів.

Коефіцієнти, що характеризують розподіл доходів за їх нерівномірністю, базуються на зіставленні двох рядів накопичених частот, один з яких дає характеристику частини сімей, інший – частини тих же груп у загальному фонді доходів. Чим відчутніша нерівномірність розподілу, тим більше відхилення цих частин. Або, навпаки, у випадку

балансового розподілу ці частини рівнозначні. Тоді, якщо один із цих рядів відкласти на осі абсцис, а інший – на осі ординат, то отримаємо криву Лоренца. Показником нерівномірності в ній буде відхилення кривої від діагоналі, яка проведена через початок координат і відтворює теоретичний випадок повної рівноваги. Це відхилення вимірюється коефіцієнтом концентрації, аналітичне відтворення якого має вигляд:

$$K_k = 2\phi(u) \left(\frac{\delta}{\sqrt{2}} \right) - 1 \quad (3)$$

де $\phi(u)$ – функція $(0,1)$ – нормального закону;

δ – середнє квадратичне відхилення логарифма ознаки.

До показника подібного типу можна віднести медіанний коефіцієнт, який розраховується у такий спосіб:

$$K_{md} = \frac{Md - Me}{Me} \quad (4)$$

де Me – медіана розподілу сімей за величиною доходу;

Md – «медіала», тобто медіана того ряду розподілу фонду доходів, у якому частотами слугують долі окремих груп в інтегрованому фонді.

Близьким за змістом до коефіцієнта концентрації є коефіцієнт середніх рівнів (K_{cp}). Він констатує рівень співвідношення значень ознак, що розраховуються для двох груп ряду розподілу, що розділяється значенням середньої арифметичної:

$$K_{cp} = \frac{\overline{X_2}}{\overline{X_1}} \quad (5)$$

де $\overline{X_1}$ – середній дохід сімей з матеріальним забезпеченням нижче середнього;

$\overline{X_2}$ – середній дохід сімей.

Динаміка грошових доходів населення дозволяє констатувати стійку тенденцію до росту загального рівня та скорочення диференціювання за відносної сталості форми кривої розподілу. Аналіз матеріалів статистичних спостережень та лонгетюдних досліджень доходів показав, що за період з 1958–1967 рр. грошовий дохід на одного члена сім'ї робочих і службовців у групі найменш забезпечених збільшився на 67%, а у групі найбільш забезпечених з тією ж питомою вагою – на 35%. Різниця між їхніми доходами зменшилась на 22% і склав у 1967 р. – 3,5 рази. Останнє десятиліття в умовах зростання номінальних доходів населення України квінтільний коефіцієнт диференціації загальних доходів тримається на рівні 1,9 рази. Для порівняння квінтільні коефіцієнти в Японії склали 4,3; Бельгії – 4,6; Великобританії – 5,6; США – 7,5; Туреччині – 16,3 [5].

Можна виділити два основних типи моделі зміни рівня доходів і моделі диференціації доходів. Динаміка рівня (обсягу й середньої величини) грошових доходів найкраще апроксимується експоненціальною кривою, аналітичний вираз якої має вигляд $D_t = e^{\beta t}$, де параметр β відбиває темп зміни рівня доходів. Моделі диференціації доходів діляться на два основних класи: апроксимуючі та імітуючі. До першого класу можна віднести формулу Парето, що має вигляд ступеневої функції:

$$y = A(x - x_0)^{-\alpha} \quad (6)$$

де y – число осіб, які отримують дохід, рівний або більший за x ;

x_0 – мінімальний рівень доходу;

A та α – деякі постійні параметри.

До другого класу відносяться криві Пірсона різних типів, а також логарифмічно-нормальна функція. В умовах сьогодення з точки зору теоретичного обґрунтування та емпіричної близькості найкращою є логарифмічна функція, за якою розроблено алгоритми рішення практичних планово-економічних задач у галузі аналізу та прогнозування доходів. Імітуючі моделі відтворюють процес формування диференціації доходів за окремими етапами та факторами. До цього класу моделей відносяться:

- модель формування доходів, що базується на рівнянні доходів виду:

$$d = \frac{g'(1 + \delta)(1 + \alpha_0)}{n} \quad (7)$$

де d – рівень доходу однієї особи;

g' – заробітна плата першого працівника сім'ї;

n – кількість членів родини;

σ – співвідношення рівня заробітку першого та інших працюючих у родині;

α – співвідношення інших грошових надходжень та сумарної заробітної плати працюючих родини.

- модель трансформації доходів, основною метою якої є безпосереднє перетворення розподілу заробітної плати у розподіл доходів;

- мультиплікативна модель грошових доходів. За допомогою цих моделей вирішуються задачі трьох типів. Перший тип задач спрямований на визначення оцінювання розподілу доходів населення, як в цілому по країні, так за окремими регіонами, оскільки існуюча статистика не дозволяє однозначно дати відповідь на це запитання. Для рішення таких задач доцільно користуватися моделлю безпосередньої трансформації.

Друга група задач необхідна для економічного обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення доходів населення і пов'язана з оцінюванням факторів диференціації життєвого рівня населення. Найкращою для таких задач є модель формування, яка дозволяє ізолювати оцінити не тільки кожний фактор, що впливає на відмінність у доходах, але й інші умови, направлені на підвищення доходів населення.

Третій тип задач пов'язаний із короткотерміновими та довготерміновими прогнозами розподілу доходів [9].

Таким чином, система прогнозних показників доходів населення та їх диференціації – це сукупність взаємопов'язаних між собою статистичних показників, що всебічно відображають процеси, пов'язані з формуванням, розподілом і використанням доходів у суспільстві в певних умовах місця та часу.

З огляду на складність категорії «доходи населення», а, отже, і показників, що її характеризують, моделювання й прогноз на майбутнє слід будувати на основі системи статистичних показників, що включають:

- однокомпонентні показники (загальні та середні);
- відносні показники (інтенсивності та динаміки);
- показники структури;

- показники диференціації доходів: центральної тенденції статистичного ряду; коефіцієнти диференціації; показники варіації;

- показники взаємозв'язку.

При цьому показники системи показників повинні відповідати таким вимогам:

- забезпечувати системність в аналізі доходів населення, тобто досить повно характеризувати основні компоненти доходів, їх диференціації, а також доповнювати один одного так, щоб з їх допомогою можна було оцінити дану категорію;

- допускати порівняння в динаміці, а також між регіонами і окремими групами населення;

- розраховуватися за єдиною методикою і максимально спиратися на розроблені статистичні дані;

- носити узагальнюючий характер;

- забезпечувати можливість взаємозв'язку з іншими соціально-економічними і демографічними явищами [10].

Висновки. При прогнозуванні доходів населення і його добробуту на основі економіко-математичних методів, особливе місце займають економетричні моделі, які дозволяють виявити й виміряти кількісний зв'язок між досліджуваними показниками та визначальними чинниками. Методологія дослідження доходів й рівня життя населення в цілому повинна постійно вдосконалюватися, розвиватися, адекватно відображаючи всі процеси, починаючи від моменту формування доходів до їх використання в реальних умовах місця і часу, вироблення прогнозів. Для проведення успішної політики в сфері грошових доходів населення державі необхідно мати систему управління і регулювання, в якій поведінка грошових доходів населення погоджувалася б з поведінкою макроекономічних показників. У свою чергу, система управління і регулювання грошових доходів населення повинна базуватися на системі вимірювання та прогнозування цих доходів, заснованої на відповідній методології, моделях, засобах, в яких враховується тенденція макроекономічних показників. Ця ж система вимірювання та прогнозування могла б забезпечувати не тільки державні органи управління, але і міжнародні організації, комерційні структури та населення об'єктивною, своєчасною, якісною та повною інформацією про реальні суспільні процеси. Важливим напрямом вирішення цих проблем є розроблення методологічних підходів, моделей, математичних методів та інструментальних засобів вирішення задач прогнозу показників розподілу населення за рівнем грошових доходів, їх диференціації і поляризації. Виявлення взаємозв'язку прогнозних показників доходів і макроекономічних тенденцій обґрунтовує можливість управління грошовими доходами населення на рівні національної економіки й визначає їх важливість для оцінювання перспектив соціально-економічного розвитку України.

Conclusions. Therefore while forecasting personal income, and as a consequence of this people welfare on the basis of economic and mathematical methods, the specific place is held by econometric models enabling to identify and measure the quantitative relationship between investigated indicators and determining factors. The methodology of the income and living standards level investigation requires constant improvement and development. It should adequately reflect and forecast the processes from the beginning of revenue generation up to their application in real time and place conditions. In order to provide successful policy in the field of personal income, the government should have the management and regulation system where personal monetary income behavior is in conformity with the macroeconomic indicators behavior. Then, the system of personal monetary income management and regulation should be based on the system of these income measuring and forecasting, based on the appropriate methodology, models and means taking into account macroeconomic indicators trends. This system of measuring and forecasting could provide objective, timely, qualitative and complete

information about real public processes to public authorities, international organizations, business structures and population. For the whole, it is necessary The development of methodological approaches, models, mathematical methods and instrumental means to solve the problem of forecasting the indicators of population distribution by monetary income level, their differentiation and polarization is very important. Identification of the relationship between income indicators forecasts and macroeconomic trends makes it possible to substantiate the ability to manage personal monetary income at the national economy level and, therefore, to determine their importance for assessing the prospects of Ukraine's social-economic development.

Список використаної літератури

1. Лібанова Е. М. Нерівність в українському суспільстві: витоки та сучасність. Економіка України. 2014. № 3. С. 4–19
2. Посилення значимості монетарної політики в країнах Центральної і Східної Європи у посткризовий період і рекомендації для України / наук. ред. В. Юрчишин. Київ: Заповіт, 2019. 147 с.
3. Lars Peter Hansen and Thomas J. Sargent Robustness and Ambiguity in Continuous Time. Journal of Economic Theory. 2011. № 146 (3). P. 1195–1223. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jet.2011.01.004>.
4. Ганін В. І., Гурова К. Д. Економічний аналіз: методологія, організація, методика, практикум: навч. посіб. Харків: Видавництво ФОП «Іванченко І. С.». 2019. 329 с.
5. Статистична інформація. Доходи та умови життя. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Гудзовата О. О. Механізми реалізації грошово-кредитної політики в системі зміцнення фінансової безпеки України: дис. ... докт. екон. Наук / Національний інститут стратегічних досліджень. Київ. 2019. 421 с.
7. Ukraine: Financial Position in the Fund. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/external/np/fin/tad/>.
8. Макроекономічні показники. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/macro-indicators>.
9. Ганін В. І., Попова Г. П. Методологічні аспекти аналізу прогресивності системи організації заробітної плати на підприємствах. Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
10. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2020–2022 роки. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. 2019. 135 с.

References

1. Libanova E. M. Nerivnist v ukrainskomu suspilstvi: vytoky ta suchasnist. Ekonomika Ukrainy. 2014. No. 3. P. 4–19.
2. Iurchyshyn V. Posylennia znachymosti monetarnoi polityky v krainakh Tsentralnoi i Shidnoi Evropy u postkryzovyi period i rekomendatsii dlia Ukrainy. Kyiv: Zapovit, 2019. P. 147. [In Ukrainian].
3. Hansen L. P., Sargent T. J. Robustness and Ambiguity in Continuous Time. Journal of Economic Theory. 2011. No. 146 (3). P. 1195–223. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jet.2011.01.004>.
4. Hanin V. I., Hurova K. D. Ekonomichniy analiz: metodologiya, organizatsiia, metodyka, praktykum: navch. posib. Kharkiv: Vydavnytstvo FOP "Ivanchenko I. S", 2019. P. 135.
5. Derzsavna sluzsba statystyky. Statystychna informatsiia. Dohody ta umovy zsyttia. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Gudzovata O. O. Mehanizmy realizatsii hroshovo-kredytnoi polityky v systemi zmitsnennia finansovoi bezpeky Ukrainy. Mechanisms of monetary and credit policy realization in the system of financial security of Ukraine strengthening. Phd Dissertation, Manuscript. Kyiv, 2019.
7. International Monetary Fund. Ukraine: Financial Position in the Fund. URL: <https://www.imf.org/external/np/fin/tad/>.
8. Natsionalnyi bank Ukrainy. Makroekonomichni pokaznyky. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/macro-indicators>.
9. Hanin V. I., Popova G. P. Metodologichni aspekty analyzy progresyvnosti systemy organizatsii zarobitnoi platy na pidpryemstvah. Efektyvna ekonomika. 2019. No. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
10. Ministerstvo ekonomichnogo rozvytku i tiorgivli. Prognoz ekonomichnogo i sotsialnogo rozvytku Ukrainy na 2020–2022 roky. 2019. P. 135.

УДК 338.2; 658

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Ірина Федішин; Наталія Гарматій

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Резюме. Проаналізовано інвестиційно-інноваційну активність підприємств промислового сектора економіки України та подано характеристики їх конкурентоспроможності на світовому ринку. Проаналізовано фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, як високоризикових процесів, які характеризуються наявністю кількісних і якісних параметрів, взаємозв'язок між якими носить невизначений характер. Виявлено, що за рівнем технологічності українська промисловість на третину позаду показників ЄС. Із 143300,0 млн. грн. вкладених у промисловість України у 2017 році, лише 9117,5 млн. грн. спрямовано на інноваційну діяльність. Обсяг реалізованої інноваційної продукції промисловими підприємствами має негативну тенденцію до зниження із 2011 по 2017 роки. За аналізований період частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової щорічно різко скорочується. Здійснено оцінювання показників залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) з ЄС в українську економіку. Досліджено кореляційну міру впливу фінансових показників загальної суми витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств та ВВП України у фактичних цінах. У статті використано інструментарій для виявлення динаміки розвитку складних соціально-економічних систем, який враховує стохастичність та непередбачуваність у можливості здійснювати інвестиційну політику, враховувати ендогенні чинники та інші показники які суттєво впливають на обсяг інвестування інноваційної діяльності промислових підприємств і на притік інвестицій у національну економіку загалом. Здійснено аналіз закономірності фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств у майбутньому, застосовуючи теорію ланцюгів Маркова – послідовності випадкових подій з кінцевим числом можливих фіналів, в яких майбутнє залежить від поточного стану, але не залежить від минулого. Виявлено, що у міжнародному русі капіталів наявний значний ризик нестабільності для малорозвинених країн.

Ключові слова: науково-технічний розвиток, промисловість, кореляційно-регресійний аналіз, інновації, інвестиції, теорія ланцюгів Маркова.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.026

Отримано 02.04.2020

UDK 338.2; 658

INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITY OF THE UKRAINAIN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Iryna Fedyshyn; Nataliia Harmatiy

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. The investment and innovation activities of the industrial enterprises of the Ukrainian economy are analyzed and characteristics of their competitiveness in the world market is described in this paper. Financing of innovative activity of industrial enterprises is analyzed and determined as high-risk processes characterizing by the availability of many quantitative and qualitative parameters, the relationship between which is uncertain. It is revealed that in terms of manufacturability, Ukrainian industry is by one-third behind the EU indicators, according to the share of high-tech products in export it lags behind by four – eight times, in terms of energy efficiency – ten times. Of 143300.0 million UAH invested in the Ukrainian industry in 2017, only

9117.5 million UAH were directed to innovation activity. The volume of innovative products sold by industrial enterprises has negative tendency towards decrease from 2011 to 2017. During the analyzed period, the share of sold innovative products in industrial volume sharply decreases annually. The indicators of foreign direct investment attracting (FDI) from the EU to the Ukrainian economy are estimated in this paper. The correlation measure of influence of financial indicators from the total expenditures amount on financing of industrial enterprises innovative activity and Ukraine GDP in actual prices is investigated. The tools for identifying the dynamics of complex socio-economic systems development taking into account stochasticity and unpredictability in the ability to carry out investment policy considering endogenous factors and other indicators that significantly affect the volume of industrial enterprises investment and the flow of investment into national economy in general are used in this paper. Analysis of the regularity of the industrial enterprises innovative activity financing in future, using Markov chains theory – the sequence of random events with a finite number of possible finals, where the future depends on the current state, but does not depend on the past is carried out. It is revealed that in the international capital movement there is a considerable risk of instability for less developed countries.

Key words: scientific and technological development, industry, correlation-regression analysis, innovations, investments, Markov chain theory.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.026

Received 02.04.2020

Постановка проблеми. Інновації характеризуються високою невизначеністю на всіх стадіях життєвого циклу: на первинній стадії опрацювання ідеї, при відборі проекту, при реалізації інновації. Більше того, нововведення, що успішно пройшли стадію випробування і впровадження у виробництво, можуть бути не прийняті ринком і їх виробництво може бути зупинено. Фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств можна віднести до високоризикових процесів, які характеризуються наявністю безлічі кількісних і якісних параметрів, взаємозв'язок між якими носить невизначений характер. А також варто відзначити, що у міжнародному русі капіталів наявний значний потенціал нестабільності для малорозвинених країн. На тлі високих процентних ставок у нестабільних економіках зростає небезпека здійснення спекулятивних операцій короткотермінових капіталів, що врешті спричиняють вплив інвестицій з країни. Прямі інвестиції, що спрямовані на експортне виробництво можуть бути провідником нестабільності, оскільки різко збільшують залежність макроекономіки та економічної політики від зовнішніх для даної економіки чинників. В Україні внаслідок економічного спаду залежність національної економіки від світової та водночас певне протистояння між ними (в плані конкуренції промислових підприємств) набуває особливої актуальності для дослідження. Актуальним для виявлення динаміки розвитку складних соціально-економічних систем є інструментарій, який враховує стохастичність та непередбачуваність у можливості здійснювати інвестиційну політику, враховувати досить значні ендогенні чинники, які мають вплив на розвиток економіки України: нестабільна політична ситуація в країні, зовнішні загрози для країни та інші показники, які суттєво впливають на обсяг інвестування інноваційної діяльності промислових підприємств і на притік інвестицій у національну економіку загалом. Правильне оцінювання та прогноз інвестування промислових підприємств, зокрема їх інноваційної діяльності, дозволяє не тільки правильно обґрунтувати інвестиції, але й оцінити очікувані підсумкові результати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням важливості інвестиційної складової у розвитку економіки на інноваційній основі приділяли увагу багато вітчизняних і закордонних науковців. У працях українських вчених, зокрема у роботах Харіва П. С. [5, 13] досліджено стан інноваційно-технологічного розвитку окремих підприємств західного регіону України, доказано, що одним із факторів стримування інноваційного розвитку підприємств в Україні є дефіцит фінансових ресурсів та подані пропозиції щодо забезпечення їх конкурентоспроможності в нестабільному середовищі. У праці Россохатої А. С. [11] розглянуто характерні особливості інноваційної діяльності промислового підприємства, що викликають інтерес з точки зору її прогнозування та

подані пропозиції щодо методики прогнозування перспективних напрямів інноваційного розвитку. Гладинець Н. Ю. у своїй статті [1] здійснила прогнозування інноваційної діяльності з використанням економіко-математичних методів. Однак, варто зауважити, що дане прогнозування носить екстраполяційний характер та здійснене лише на короткий проміжок часу (3 роки), що не дозволить сформулювати стратегію розвитку підприємства в короткотерміновій та довготерміновій перспективі і є недоречним. Варто відмітити, що в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених майже не приділялася увага методу прогнозування економічних і соціальних процесів ланцюгами Маркова з дискретними станами.

Мета дослідження полягає в аналізі показників діяльності промислових підприємств України та необхідності залучення іноземних інвестицій з ЄС у реальний сектор української економіки.

Постановка завдання. З метою вироблення подальших рекомендацій щодо покращення інвестиційно-інноваційного клімату в Україні поставлено завдання виявити закономірність розвитку показників інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств промисловості України в майбутньому, використовуючи теорію ланцюгів Маркова.

Виклад основного матеріалу. За рівнем технологічності українська промисловість на третину позаду показників ЄС, за часткою хай-тек-продукції в експорті відстає в чотири-вісім разів, енергоефективності – в десять. Завдяки впровадженню нових технологій приріст ВВП становить 0,7% відносно 60–90% у розвинених країнах. За роки незалежності нових видів техніки скоротилося в 14,3 рази, а частка інноваційно-активних промислових підприємств – в п'ять разів [3]. Нині діяльність українських промислових підприємств переважно орієнтована на впровадження жорсткої економії, що є ефективним засобом виживання в кризових умовах лише в короткотерміновій перспективі. У 2014 р. відбулося значне прискорення темпів падіння промислового виробництва, яке за підсумками року становило 10,2%. Негативну динаміку продемонстрували всі основні агреговані види промислової діяльності: скорочення обсягів виробництва у добувній промисловості і розробленні кар'єрів становило 13,7%, переробній промисловості – 9,3%, постачанні електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря – 6,6%. Такий тренд багато в чому був зумовлений падінням виробництва у Донецькій та Луганській областях (на 31,5% і 42% відповідно у 2014 р.) [12].

Після падіння промислового виробництва, що поглиблювалося протягом 2012–2015 рр., 2016 р. у промисловості відновилося зростання на рівні 2,8%, основний внесок яке забезпечила переробна галузь, де виробництво зросло на 4,3%. У добувній галузі порівняно з 2015 р. індекси промислової продукції знизилися на 0,2%. Найкращі показники зростання серед усіх галузей промисловості в 2016 р. зафіксовано у виробництві коксу та продуктів нафто перероблення – 8,7%, але це переважно було зумовлено низькою базою порівняння, адже у 2015 р. галузь зазнала падіння майже на 20%. [8].

Якщо проаналізувати стан іноземних держав, то можна стверджувати наступне: грецька економіка з 2008 року скоротилася на 23%. З 2010 року країна не може обходитися без кредитів інших країн Європейського Союзу та Міжнародного валютного фонду. До цього часу Греція вже отримала 240 мільярдів євро позики від «трійки» міжнародних кредиторів – Єврокомісії, Європейського центробанку та МВФ. Уряд Греції був змушений запровадити різке скорочення витрат та підвищити податки [2]. Рівень безробіття складає 24,6%–27,9%, також існує загроза подальшого скорочення робочих місць, що викликає періодичні страйки та демонстрації. Постраждали від натиску світової конкуренції промисловість, зазнали значних втрат туристичний та готельний бізнеси, транспортні перевезення [6].

У Хорватії рівень безробіття доволі високий. Приблизно один з п'яти хорватів не має роботи. Рівень безробіття серед молоді перевищує 50% – більше ніж удвічі перевищує середній показник по ЄС – 23%. Гірші показники по безробіттю лише у Греції та Іспанії. Прогноз економічного розвитку свідчить про обмеження структурними проблемами, політичними обмеженнями в податкових реформах, у балансі позикових коштів у державному та приватному секторах і попереджує про несприятливі зовнішні умови. Міжнародні фінансові інститути неодноразово попереджують, що Хорватія має покращити загальний клімат для бізнесу, підвищити конкурентоспроможність, а також реформувати свій неефективний державний сектор.

Важливим індикатором ефективності співробітництва з ЄС є динаміка показників залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) з ЄС у реальний сектор української економіки. Нині потенціал залучення ПІІ з країн ЄС використовується недостатньо, результатом чого стає скорочення обсягів накопичених в економіці України ПІІ з країн ЄС протягом минулого року на 1,2% – з 26,4 млрд. дол. США на 01.01.2016 р. до 26,1 млрд. дол. США на 31.12.2016 р. Серед галузей реального сектору найцікавішою для інвестування є промисловість. Але у 2016 р. її інвестування країнами ЄС зменшилося на 6,4%. Ключовими європейськими інвесторами української промисловості, сукупна частка яких становить 69,3% є Кіпр (24,3% накопичених у промисловості ПІІ), Нідерланди (19,3%), Німеччина (10,5%), Австрія (2,7%), Польща (2,7%), Люксембург (2,3%) та Швеція (2,2%). Слід зазначити, що протягом останніх років відбулося суттєве скорочення ПІІ з Німеччини, яка протягом багатьох років була провідним інвестором для української промисловості, забезпечуючи близько третини накопичених у промисловості обсягів ПІІ. Це пояснюється тим, що переважна частина німецьких інвестицій була зосереджена в українській металургії, значна частина підприємств є розміщена на тимчасово окупованих територіях, а решта зазнають значних втрат від розриву технологічних та виробничих зв'язків з непідконтрольними територіями [8].

Показники інвестицій та обсягу реалізованої продукції промисловими підприємствами України за період 2010–2018 рр. наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Показники інвестицій та обсягу реалізованої продукції промисловими підприємствами України за 2010–2018 рр.

Table 1. Indicators of investments and volume of products sold by Ukrainian industrial enterprises for the period 2010–2018

Роки	Капітальні інвестиції в промисловість, млн. грн	Обсяг реалізованої промислової продукції, млн. грн	Загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, млн. грн	Обсяг реалізованої інноваційної продукції промисловими підприємствами, млн. грн	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2010	55384,4	1043110,8	8045,5	39638,2	3,8
2011	78725,8	1305308,0	14333,9	49601,7	3,8
2012	91598,4	1367925,5	11480,6	45141,5	3,3
2013	97574,1	1322408,4	9562,6	43639,5	3,3
2014	86242,0	1428839,1	7695,9	35721,0	2,5
2015	87656,0	1776603,7	13813,7	24872,5	1,4
2016	117753,6	2158030,0	23229,5	–	–
2017	143300,0	2625862,7	9117,5	18381,0	0,7
2018	199896,0	3045201,9	12180,1	–	0,8

Джерело: Складено авторами на основі даних Державної служби статистики України.

З таблиці бачимо, що при збільшенні обсягу інвестицій у промисловість 2010–2018 рр. частка коштів спрямованих суто на інноваційну діяльність з року в рік суттєво коливається. На жаль, із 143300,0 млн. грн. вкладених у промисловість України в 2017 році лише 9117,5 млн. грн. спрямовано на інноваційну діяльність. Обсяг реалізованої інноваційної продукції промисловими підприємствами має негативну тенденцію до зниження із 2011 по 2017 роки. За аналізований період частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової щорічно різко скорочується.

Необхідно відзначити, що більшість економічних і соціальних процесів розвиваються як випадкові процеси під дією випадкових факторів. Щоб спрогнозувати майбутній стан цих процесів, необхідно побудувати їх ймовірну модель [9].

Застосовуючи сучасний інструментарій економіко-математичного моделювання на основі кореляційно-регресійного аналізу та реалізованому у сучасному програмному забезпеченні Matlab, знайдено кореляцію між матрицею «загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств» та матрицею «ВВП України у фактичних цінах за період 2013–2018 рр.». Кореляційна щільність зв'язку між показниками значна та становить 1, тобто якщо буде позитивна динаміка збільшення загальної суми на витрати фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, то й відбудеться позитивна динаміка ВВП України у фактичних цінах.

Кожен перехід з одного стану в інший не залежить від того, коли і як система прийшла у поточний стан. Ланцюг Маркова займає одне з центральних місць у теорії випадкових процесів – науці, що вивчає закономірності випадкових явищ у динаміці їх розвитку.

Оскільки фінансування витрат у сучасних реаліях національної економіки носить стохастичний характер, тобто велика кількість ендогенних та екзогенних чинників (політична ситуація на сході України, бажання інвесторів здійснювати інвестиції в національну економіку, бажання і вміння сучасних менеджерів підприємств впроваджувати інновації на підприємствах тощо) впливають на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств.

Результати проведеного моделювання наведено у таблиці 2.

Таблиця 2. Результати проведеного моделювання та прогнозування суми витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств за 2018–2025 рр.

Table 2. Results of the carried out modelling and forecasting the expenses amount for industrial enterprises innovative activity financing for the period 2018–2025

Роки	Ймовірнісні стани прогнозованої системи (p)				
	P1	P2	P3	P4	P5
2019	0,1989	0,1813	0,1813	0,1989	0,2397
2020	0,1988	0,1948	0,1948	0,2026	0,2090
2021	0,2003	0,1986	0,1986	0,2003	0,2023
2022	0,2000	0,1996	0,1997	0,2002	0,2006
2023	0,2000	0,1999	0,1999	0,2000	0,2001
2024	0,2000	0,1999	0,1999	0,2000	0,2001
2025	0,2000	0,2000	0,2000	0,2000	0,2000

Згідно проведеного моделювання та прогнозування суми витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств на період 2018–2025 роки можна

зробити висновок, що фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств стабілізується лише через сім років, у 2025 році.

Наслідком підвищення тарифів на газ (на 50,5%) та електроенергію (19%) для потреб промисловості за період 2017–2018 рр. [7, 10], швидких темпів інфляції є криза низки галузей промисловості, зниження конкурентного рівня розробок. Такий стан справ суттєво впливає на рівень конкурентоздатності української продукції, що у свою чергу є непривабливим фактором для інвестування.

Ситуація ускладнюється наявністю воєнних конфліктів на сході країни, нестабільною економічною ситуацією, високим рівнем корупції, неефективністю та, очевидно, нецільовим використанням коштів на модернізацію та розвиток промислового сектора економіки. Оскільки саме виробництво промисловості становить основну частку у структурі ВВП країни, то вона вимагає швидкого оновлення основних фондів, швидку інтеграцію у виробничий процес наукових розробок та виробництво інноваційної конкурентоспроможної продукції. В умовах нестабільності економіки України необхідна комплексна цільова підтримка та захист вітчизняних виробників. Оскільки регулювання ринку товарів, робіт і послуг за державні кошти та їх моніторинг під час економічної кризи є надзвичайно актуальним.

Для покращення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств промисловості в прогностичному періоді необхідно:

- визначити пріоритетні напрямки та розробити стратегію розвитку промисловості;
- моніторити екзогенні та ендогенні чинники впливу на інвестиційний клімат;
- нововведення, що успішно пройшли стадію випробування і впровадження у виробництво, можуть бути не прийняті ринком, і їх виробництво може бути зупинено, тому необхідно постійно проводити оцінювання ринкової ситуації;
- планувати та фінансувати прикладні наукові розробки. Для цього створювати умови щодо спільної розробки прикладних тем промисловими підприємствами та ВУЗами;
- на базі прикладних розробок впроваджувати нові інноваційні технології та види продукції;
- залучати у виробництво ефективні патенти на винаходи;
- здійснювати аналіз та прогноз життєвого циклу нової продукції, оскільки дуже часто життєвий цикл технології змінюється в часі частіше, ніж попит;
- своєчасно диверсифікувати виробництво на випуск конкурентоспроможної продукції;
- удосконалювати систему управління інноваціями як на підприємствах, так і в галузях промисловості. Для цього залучати споживачів продукції. Наукові розробки не повинні бути відірваними від потреб промисловості;
- на рівні держави створювати технопарки.

Ці заходи є основними і вкрай важливими для українських підприємств сьогодні і їх необхідно здійснювати якнайшвидше, з метою стабілізації інвестування та вливання коштів у вітчизняну промисловість.

Проведені дослідження показали, що прогнозування показників інвестиційно-інноваційної діяльності має здійснюватися на основі системності, адресності, цільового результату з урахуванням ієрархії цілей на основі економіко-математичних методів.

Застосування сучасного економіко-математичного інструментарію дозволяє більш глибоко досліджувати фінансово-економічні показники як на макро- так і мікрорівнях. Прогнозування фінансових чинників дозволить скорегувати стратегію розвитку національної економіки.

Висновки. Емпіричні дані щодо інноваційної активності підприємств не лише України, але й Європи свідчить про зв'язок між державними рівнями доходів і показниками інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність є ризикованою та такою, що приносить прибутки з деяким часовим відстроченням. На державному рівні зв'язок між інноваціями і інвестиціями в ці інновації припускає, що скорочення розривів у інноваційній активності є необхідною попередньою умовою для зменшення різниці в об'ємах залучення (зокрема іноземних) інвестицій між регіонами. Тут важливою є ситуація з капітальними вкладеннями та реалізацією стратегічно важливих інвестиційних проектів промислових підприємств, що носили б інноваційний характер. Крім цього, ситуація ускладнюється тим, що в даний час лише деякі великі, ефективно функціонуючі підприємства, організації та навчальні заклади мають у своєму штаті фахівців, що володіють високою професійною кваліфікацією не лише в областях своєї вузькопрофесійної діяльності, але і в сучасній фінансовій системі, теорії управління, сфері інновацій. У 2014–2018 рр. соціально-економічний розвиток України характеризувався зменшенням промислового виробництва у більшості регіонів, відпливом інвестиційного капіталу, призупиненням інвестиційних та інноваційних проектів, нестійкою експортною динамікою, погіршенням ситуації на ринку праці і загальним падінням рівня доходів населення.

Аналіз динаміки зовнішньоекономічних потоків між Україною і ЄС засвідчує наявність низки негативних тенденцій, серед яких: скорочення загальних обсягів інвестицій з країн ЄС у промисловість і аграрний сектор; скорочення частки ЄС у структурі загальних обсягів ПІІ у промисловість; підпорядкування зовнішньої торгівлі з ЄС, забезпечення країн ЄС українською сировиною та використання України, як ринку збуту для європейської продукції високотехнологічного сектору. Дослідження на основі кореляційно-регресійного аналізу між такими фінансовими чинниками, як загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств та ВВП України у фактичних цінах за 2013–2017 рр. дозволило встановити достатньо сильний зв'язок між показниками (коефіцієнт кореляції становить 1), що вказує на те, що позитивна динаміка збільшення загальної суми на витрати фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств призведе відповідно до позитивної динаміки ВВП України у фактичних цінах, що загалом покращить практично всі показники промисловості національної економіки. Проведене моделювання та прогнозування суми витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств на період 2018–2025 рр. засвідчив, що фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств стабілізується лише через сім років, у 2025 році.

Conclusions. Empirical data concerning enterprises innovation activity not only in Ukraine but also in Europe indicate the relationship between state income levels and innovation activity indicators. Innovation is risky and time-consuming. At the state level, the link between innovations and investments assumes that reducing the gaps in innovation activity is necessary precondition for reducing the gap in attracting (including foreign) investment between regions. The situation with capital investments and implementation of strategically important investment projects of industrial enterprises, which would be innovative, is important. In addition, the situation is sophisticated by the fact that at present, only some large, effectively functioning enterprises, organizations and educational establishments have specialists with high professional qualification not only in the fields of their professional activity, but also in the modern financial system, theory, management, innovation. In 2014–2018, Ukraine socio-economic development was characterized by the decrease in industrial production in most regions, the outflow of investment capital, suspension of investment and innovation projects, unsustainable export dynamics, worsening the situation on labor market and general decline in the population income level. Analysis of the dynamics of foreign economic flows between

Ukraine and the EU reveals a number of negative trends, including: reduction in the total volume of investment from EU countries into industry and agrarian sector; reduction the share of the EU in the structure of total FDI in industry; subordination of foreign trade to the EU goals in order to provide the EU countries with Ukrainian raw materials and use of Ukraine as a market place for European high-tech sector products. The investigation based on the correlation-regression analysis between such financial factors as the total cost of industrial enterprises innovation activity financing and Ukraine GDP in actual prices for the period 2013–2017 makes it possible to establish sufficiently strong relationship between the indicators (correlation coefficient is 1), indicating that the positive dynamics of the increase in the total amount of costs for industrial enterprises innovative activity financing will result, according to the positive dynamics of Ukraine GDP, in actual prices which in turn will improve almost all indicators of the national economy industry. The modeling and forecasting of the expenditures amount for industrial enterprises innovation activity financing for the period 2018–2025 indicates that innovation activity financing will stabilize only in seven years, in 2025.

Список використаної літератури

1. Гладинець Н. Ю. Прогнозування інноваційного розвитку промисловості України. Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 147–152. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_25.
2. Греція прогнозує свій вихід з рецесії у 2014 році. Інтернет-газета Кореспондент 7 жовтня 2013. URL: <http://ua.korrespondent.net/bbc/1612124-greciya-prognozue-svij-vihid-z-recesiyi-u-2014-roci>.
3. Державна служба статистики України. URL: ukrstat.gov.ua.
4. Инновации или смерть: как бизнесу выжить на тонущем корабле «Украина». URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/408612/innovatsii-ili-smert-kak-biznesu-vyzhit-na-tonushhem-korable-ukraina>.
5. Інноваційний розвиток промислових підприємств в контексті підвищення ефективності їх діяльності : монографія / за наук. ред. П. С. Харіва, Р. С. Чорного. Нововолинськ: Бізнес Інтернет Центр, 2015. 393 с.
6. Криза в Греції. Чи наступить Україна на ті самі граблі? URL: http://vgolos.com.ua/blogs/kryza_v_gretsii_chy_nastupyt_ukraina_na_ti_sami_grabli_113298.html.
7. Прейскурант цін на природний газ НАК Нафтогаз. URL: <http://www.naftogaz.com/www/3/pakweb.nsf/0/486E117B34CF13EEC2257BCE0041B995?OpenDocument>.
8. Собкевич О. В., Шевченко А. В., Михайличенко К. М., Русан В. М., Белашов Є. В. та ін. Реальний сектор економіки України: пріоритети розвитку в умовах зміни вектора економічної політики: аналіт. доп.
9. Рогатинський Р. М., Гарматій Н. М. Математичні методи ринкової економіки для спеціалістів-кібернетиків: навчальний посібник. Тернопіль: ТЗОВ «Видавництво Астон», 2015. 206 с.
10. Роздрібні тарифи на електроенергію для непобутових споживачів. URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=13844>.
11. Росохата А. С. Формування методичного апарату прогнозування напрямів інноваційної діяльності промислового підприємства. Економіка і управління. 2014. № 2. С. 115–121.
12. Федішин І. Б. Роль макроекономічних чинників у розвитку України. Їх аналіз та оцінка. Вісник Дніпропетровського університету. Вип. 11 (1). 2017. С. 31–37.
13. Харів П. С., Микитюк П. П. Аналіз стану інноваційного розвитку промислових підприємств та шляхи його стимулювання. Економічний аналіз. 2014. Т. 16 (2). С. 187–195. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_16%282%29__28.

References

1. Hladynets N. Yu. Prohnozuvannia innovatsiinoho rozvytku promyslovosti Ukrainy. Forecasting of innovative development of industry of Ukraine. Biznes Inform. 2014. № 4. P. 147–152. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_25.
2. Hreysiia prohnozuie svii vykhid z retsesii u 2014 rotsi. Greece predicts its exit from the recession in 2014. Internet-hazeta Korrespondent 7 zhovtnia 2013. URL: <http://ua.korrespondent.net/bbc/1612124-greciya-prognozue-svij-vihid-z-recesiyi-u-2014-roci>.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. State Statistics Service of Ukraine. URL: ukrstat.gov.ua.
4. Ynnovatsyy yly smert: kak byznesu vyzhyt na tonushchem korable “Ukrayna”. Innovation or death: how to survive in a sinking ship “Ukraine”. URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/408612/innovatsii-ili-smert-kak-biznesu-vyzhit-na-tonushhem-korable-ukraina>.

5. Innovatsiyni rozvytok promyslovykh pidpriemstv v konteksti pidvyshchennia efektyvnosti yikh diialnosti : monohrafiia. Innovative development of industrial enterprises in the context of increasing the efficiency of their activity: a monograph / za nauk. red. P. S. Khariva, R. S. Chornoho. Novovolynsk: Biznes Internet Tsentr, 2015. 393 p.
6. Kryza v Hretsii. Chy nastupyt Ukraina na ti sami hrabli? URL: http://vgolos.com.ua/blogs/kryza_v_gretsii_chy_nastupyt_ukraina_na_ti_sami_grabli_113298.html.
7. Preiskurant tsin na pryrodni haz NAK Naftohaz. Naftogaz Natural Gas Price List. URL: <http://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/486E117B34CF13EEC2257BCE0041B995?OpenDocument>.
8. Sobkevych O. V., Shevchenko A. V., Mykhailychenko K. M., Rusan V. M., Bielashov Ye. V. ta in. Realnyi sektor ekonomiky Ukrainy: priorytety rozvytku v umovakh zminy vektora ekonomichnoi polityky: analit. dop. The real sector of Ukrainian economy: development priorities in the context of changing vector of economic policy: analytical report.
9. Rohatynskyi R. M., Harmatii N. M. Matematychni metody rynkovoï ekonomiky dla spetsialistiv-kibernetiky: navchalnyi posibnyk. Ternopil: TzOV "Vydavnytstvo Aston", 2015. 206 p.
10. Rozdribni taryfy na elektroenerhiu dla nepobutovykh spozhyvachiv. Retail electricity tariffs for non-residential customers. URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=13844>.
11. Rosokhata A. S. Formuvannia metodychnoho aparatu prohnozuvannia napriamiv innovatsiinoï diialnosti promyslovoho pidpriemstva. Formation of methodical apparatus for forecasting directions of innovative activity of industrial enterprise. *Ekonomika i upravlinnia*. 2014. № 2. P. 115–121.
12. Fedyshyn I. B. Rol makroekonomichnykh chynnykiv u rozvytku Ukrainy. Yikh analiz ta otsinka. The role of macroeconomic factors in the development of Ukraine. Their analysis and evaluation. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu*. 2017. Vyp. 11 (1). P. 31–37.
13. Khariv P. S., Mykytiuk P. P. Analiz stanu innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv ta shliakhy yoho stymuliuvannia. Analysis of the state of innovative development of industrial enterprises and ways of its stimulation. *Ekonomichniy analiz*. 2014. Vol. 16 (2). P. 187–195. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_16%282%29__28.

UDK 336.76

EVALUATION OF REAL ESTATE MARKET VALUE IN UKRAINE USING WEB-SCRAPING

Oleksandr Antonov; Oleksandra Laktionova

Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. Market value is one of the most important kind of information for every type of business – for startups on the planning stage, as well as for already grown business. It allows to make more accurate revenue predictions at financial planning stage and therefore investment decisions. In some cases, identification of market value can be a trivial task, when, for example, we deal with open organized information, but mostly, estimation of this parameter is very complex task that can be time consuming and requires the involvement of experts in various areas. It becomes even more difficult while trying to estimate the value of illiquid assets such as assets on real estate markets. The objective of the paper is the estimation the real estate market value using the approach of extracting and structuring data from web-sources and available data by web scraping based on Python programming language. Web crawler is more advanced software, it is the artificial intelligence that can navigate the web sites, follow the search links and extract data using specific rules. As the data source, ria.ua web site is chosen. The total market value, according to information represented on ria.ua is approximately \$ 10,9 billion. The evaluation shows the concentration of market mostly in Kiev, except business property, country houses, hotels, land and warehouses. At the same time, Kiev is the leader in the sphere of office complexes, parking places, recreation. The leaders of apartment sales are Kiev and Odesa regions, other regions are significantly behind Kiev and Odesa. On the basis of carried out analysis, we can come to the conclusion that the price is highly correlated with the type of real estate and moderately correlated with region of sale.

Key words: market value, real estate market, web-scraping, value of real estate, Big Data.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.035

Received 21.03.2020

УДК 336.76

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ WEB-SCRAPING

Олександр Антонов; Олександра Лактіонова

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, Україна

Резюме. Ринкова цінність є одним з важливіших видів інформації для кожного виду бізнесу – як для стартапів на етапі планування, так і для вже вирошеного бізнесу. Це дозволяє робити точніші прогнози доходів на етапі фінансового планування, а отже, інвестиційні рішення. У деяких випадках ідентифікація ринкової вартості може бути тривіальним завданням, коли ми маємо справу з відкритою організованою інформацією, але здебільшого, оцінювання цього параметра є надскладним завданням, яке займає багато часу і вимагає залучення експертів різних сфер. Певні обмеження виникають, якщо оцінюється вартість неліквідних активів, таких, як активи на ринках нерухомості. Розглянуто підхід до оцінювання ринкової вартості ринку нерухомості або його капіталізації за допомогою підходу агрегування та структурування даних із веб-джерел на основі веб-скрейпінгу із використанням мови програмування Python. Webcrawler – це вдосконалене програмне забезпечення, штучний інтелект, що переміщується по веб-сайтах, переходить по посиланнях для пошуку та вилучення даних за допомогою конкретних правил. Загальна ринкова вартість згідно з інформацією, представленою на ria.ua, приблизно дорівнює на певну дату 10,9 мільярда доларів. Оцінювання показує концентрацію ринку в основному у Києві, за винятком

комерційної нерухомості, заміських будинків, готелів, земель та складських приміщень. Водночас Київ є безперечним лідером у сфері офісних комплексів, паркування, рекреаційного відпочинку. Лідерами із продажу квартир є Київ та Одеська область, інші регіони значно відстають від цих міст. На основі аналізу зроблено висновок, що ціна сильно корелює з типом нерухомості та меншою мірою корелює з регіоном продажу.

Ключові слова: ринкова вартість, ринок нерухомості, веб-стрейпінг, ціна нерухомості, Великі дані.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.035

Отримано 21.03.2020

Introduction. Market value is the total value of all products and/or services that are sold on a certain market within a certain period. Estimation of this parameter is one of the most important steps for every startup on a stage of financial planning and it can be very useful for already grown up business because it allows to make more accurate revenue forecasts and output capacity. However, estimation of this value requires a lot of data about specific market, usage of various analytical tools and expert knowledge. Traditional market value estimation approach depends on statistical data, gathered by government and third-party companies, but even if that data exists, we can't be sure about its quality because the data can be not full, which can lead to wrong decisions. There is also difficult to aggregate data using traditional approaches like polls. The internet, on contrary, contains a lot of data that can be very useful for valuation, but the main obstacle is that they can be unstructured and placed on various sources that makes them difficult for analysis. This problem can be bypassed using web scraping techniques.

Web scraping is an automated process of creation the structured representation of data from various web sources using special software – web scraping bots. There are two types of such bots – web crawler and web spider. Web spider is a software designed to extract data from specific source, for example from exact web site using CSS or XPATH selectors. Web crawler is more advanced software, it is an artificial intelligence that can navigate through web sites, follow links to search and extract data using specific rules. The web scraping approach has specific advantages and drawbacks. The advantages are:

- if data exist on web sources – they can be extracted and structured;
- data extraction process, using web scraping, is tremendously faster than manual data collection or traditional data gathering approaches such as polls;
- the data can be updated after a certain time using the same software, which allows to track changes on the market in real time;
- web scraping allows to lower dependencies on statistical data, that are collected by government or third-party companies.

On the other hand, the following disadvantages should be noted:

- writing of web spiders requires a lot of special knowledge and skills in programming field;
- it can be difficult to realize web scraping projects from technical point of view;
- some web resources use different protection systems to prevent data from scraping;
- only available data can be extracted freely, anyone cannot scrape data without data owner's permission under user agreement.

Review of the latest research and literature. The problems of using Intermate data and methodology of Big Data analysis. João Manuel Azevedo Santos used real estate market data scraping and analysis for financial investments [1]. Maciej Beresewicz presented the usage of Internet data sources for real estate market in Poland [2]. EzgiCandas, Seda BagdatliKalkan and Tahsin Yomralioglu tried to determine which parameters can be used as evaluation factors

for housing prices [3]. Robert Hu and Emil Sjögren searched the best fitted analysis method for prediction the prices for the apartment in Stockholm based on its characteristics [4].

The basis of using Web scraping with Python is described in papers [5–15].

The objective of the paper is to evaluate the Ukrainian real estate market or its capitalization using web scraping technique for collecting data. To achieve this goal, we realized the following tasks:

- the web spider for data extraction is designed. As a source of data, ria.ua web site is chosen, that is one of the biggest platforms of Ukrainian real estate market. The spider should not only collect all necessary data, but also not abuse web source server with too many requests. The spider is written using Python programming language and Scrapy framework;
- collected data should be cleaned and structured before further analysis, for this task Pandas library is used;
- to calculate the value of Ukraine real estate market the collected data must be analyzed, for this purpose Pandas library and data visualization tools - matplotlib, sea born and folium are used.

While their processing we assumed that:

- Only data from ria.ua are used for market value estimation because one unique real estate object can be represented on various web sites, and to remove such duplicated observations special algorithms are to be used.
- The market value is be calculated for a certain date – when data have been collected. To calculate market value for different periods – additional data must be collected.

Data extraction and preprocessing. Project GitHub is posted on repository: <https://github.com/rndmBot/Market-value>.

The data are collected from Ria.ua – one of the biggest Ukraine advertisement platforms. Web spider is designed using Scrapy – asynchronous web scraping framework for Python programming language. The web spider code can be found on GitHub repository, the spider extracts data from web source and stores it in csv format. Sample of web spider's output is represented in table 1.

Table 1. Web spider output (5 first observations of 261855)

Parse	Parse2	Price_usd	Parse3
/ru/realty-perevireno-prodaja-kvartira-ki... ...	Solomensky Str. Yerevan 1 room Kiev	71 970 \$	1 room 57 m2
/ru/realty-perevireno-prodaja-kvartira-ki... ...	SolomenskyMashinobudivnavulitsya 1 room Kiev	68 000 \$	1 room 68 m2
/ru/realty-perevireno-prodaja-dom-vinnitsa-yak... ...	Yakushintsyst. Bogdan Khmelniysky 134 m square	53 000 \$	134 m2 7 hectare
/ru/realty-perevireno-prodaja-kvartira-vinnits... ...	Sverdlovsk massif st. Matrosa Koshki 1	36 500 \$	1 room 36 m2
/ru/realty-perevireno-prodaja-kvartira-vinnits... ...	Strizhavka Alei street 1 room. Vinnitsa	16 582 \$	1 room 40.24 m2

The raw data contains 261855 observations, the data is not appropriate for analysis in that representation and must be preprocessed. Preprocessing script can be found on Git Hub repository. The preprocessing steps are as follows:

- Null values removal: «price_usd» contains null values, these observations must be dropped, because they do not bring any information. Number of observations after null values removal – 260053.
- «Parse» column preprocessing – the next information can be extracted from this column:

- a) offer type – sell, long term rent (lt_rent), short term rent (st_rent);
 - b) real estate type – apartments, house, PSN, office, land, part of house, recreational, room, commercial area, services, country house, hotel, industrial, warehouse, business, office complex, garage, parking space;
 - extracting city name from «parse2» column;
 - «Region» column creation – the region of the city have been extracted using Geopylibrary Nominatim geocoder;
 - for convenience of usage, city and region column values have been transliterated from Ukrainian to English using TranslitUA library;
 - «parse3» column preprocessing – the next information extracted from this column: number of rooms for apartments, living area, area of a land;
 - «price_usd» column preprocessing – the column contains values in Ukrainian hryvnias that must be converted to US dollars and «\$» signs that must be cleaned;
 - calculation of price for square meter and 1/100 of hectare.
- The preprocessed data represented in table 2.

Table 2. Preprocessed data (first 5 observations of 258984)

	Price_usd	Offer_type	Type	City	Region	Rooms	Area	Land_area	Price_sqm	Price_hndr
0	71970.0	sell	apartments	Kyiv	Kyiv	1.0	57.0	NaN	1262.63	NaN
1	68000.0	sell	apartments	Kyiv	Kyiv	1.0	68.0	NaN	1000.00	NaN
2	53000.0	sell	house	Vinnitsa	Vinnytska	NaN	134.0	7.0	395.52	7571.43
3	36500.0	sell	apartments	Vinnitsa	Vinnytska	1.0	36.0	NaN	1013.89	NaN
4	16582.0	sell	apartments	Vinnitsa	Vinnytska	1.0	40.0	NaN	414.55	NaN

Data analysis and market value calculation script can be found on GitHub repository: <https://github.com/rndmBot/Market-value>

The «offer_type» column contains three types of offers – sell, long term rent and short term rent, to calculate Ukraine's real estate market only «sell» offer have been used. After offer selection the data contains 221576 observations. The next step – is the calculation of basic statistics of the Dataset.

Table 3. Basic statistics of the Dataset

	Price_usd	Type	City	Region	Rooms	Area	Land_area	Price_sqm	Price_hndr
Count	221576	221576	221576	221576	159239	201114	42833	201114	42831
Unique	nan	18	463	25	nan	nan	nan	nan	nan
Top	nan	apartments	Odesa	Odeska	nan	nan	nan	nan	nan
Freq	nan	159245	64239	68129	nan	nan	nan	nan	nan
Mean	89064	NaN	NaN	NaN	2	10557	50171	inf	inf
Std	700380	NaN	NaN	NaN	1	3161373	10376237	nan	nan
Min	0	NaN	NaN	NaN	1	0	0	0	0
25%	26000	NaN	NaN	NaN	1	45	6	510	938
50%	43000	NaN	NaN	NaN	2	63	10	725	3688
75%	78000	NaN	NaN	NaN	3	90	16	1034	14833
max	278000000	NaN	NaN	NaN	65	1000000000	2147480000	inf	inf

The observations according to table 3 are:

- «price_usd» column contains zero values that must be dropped. Also, this column contains huge outliers that must be removed before further analysis.

- «rooms» column, according to maximum value 65, contains huge outliers.
- «area» and «land_area» columns contain huge outliers.
- «price_sqm» and «price_hdnr» columns contain infinite numbers that must be replaced with nan values.

Outliers must be removed before the market value calculation, because they can lead to wrong estimations. Outliers elimination algorithm (source code can be found on GitHub repository) contains:

- splitting dataset according to region and loop through each region;
- for each region splitting data by type of real estate;
- for each type of real estate calculation IQR for each column, that contains numeric values;
- detecting and dropping lower and upper outliers by $1.5 \times \text{IQR}$.

After outlier elimination the dataset contains 190214 observations. Figures 1, 2 show the dependence of prices on the type of property and the region of sale. The price is highly correlated with type of real estate and moderately correlated with region of sale.

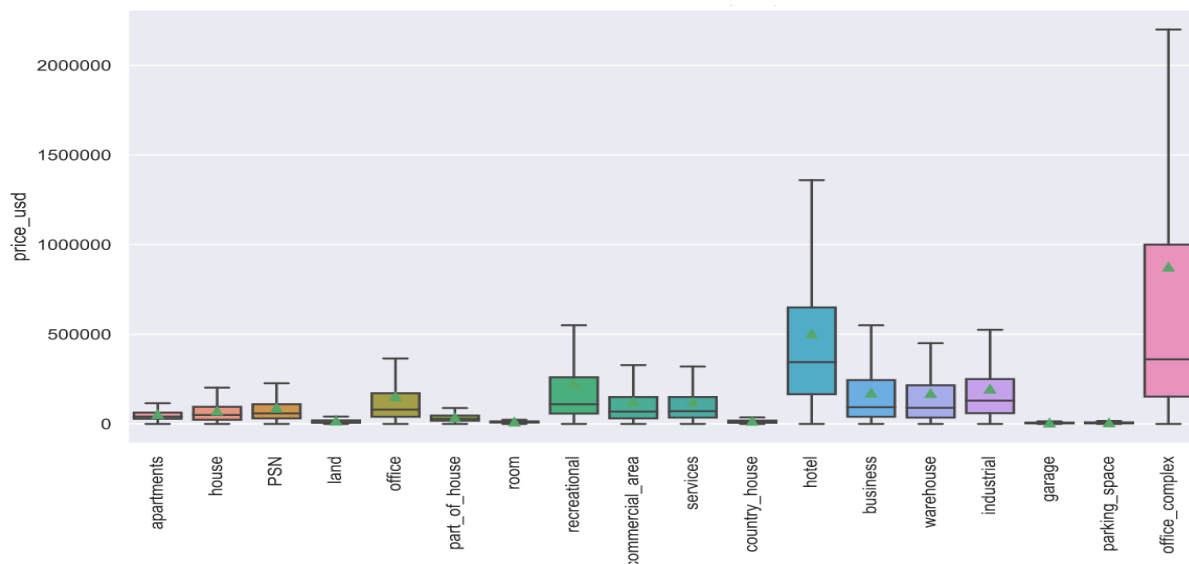


Figure 1. Real estate price according to the type

The next step is the calculation of market value of real estate market in Ukraine or its capitalization. According to the data the next parameters are calculated:

- total Ukraine real estate market value.
- Ukraine real estate market value according to region of sale.
- Ukraine real estate market value according to type of real estate.
- Ukraine's real estate market value according to type and region of sale of real estate.

The total Ukraine's market value is calculated as the sum of all real estate property prices. The total market value, according to information represented on ria.ua is approximately \$ 10993508874. Total real estate stock in the world is \$ 168.5 trillion with 22% in North America, 23% in Europe, 25% in China and Hong Kong, 19% Asia Pacific. Although Ukrainian real estate market doesn't include all assets, but is represented only for sales, it is small and constitutes scanty fraction. The share of Ukrainian real estate market in transaction volume on the global market is 1%.

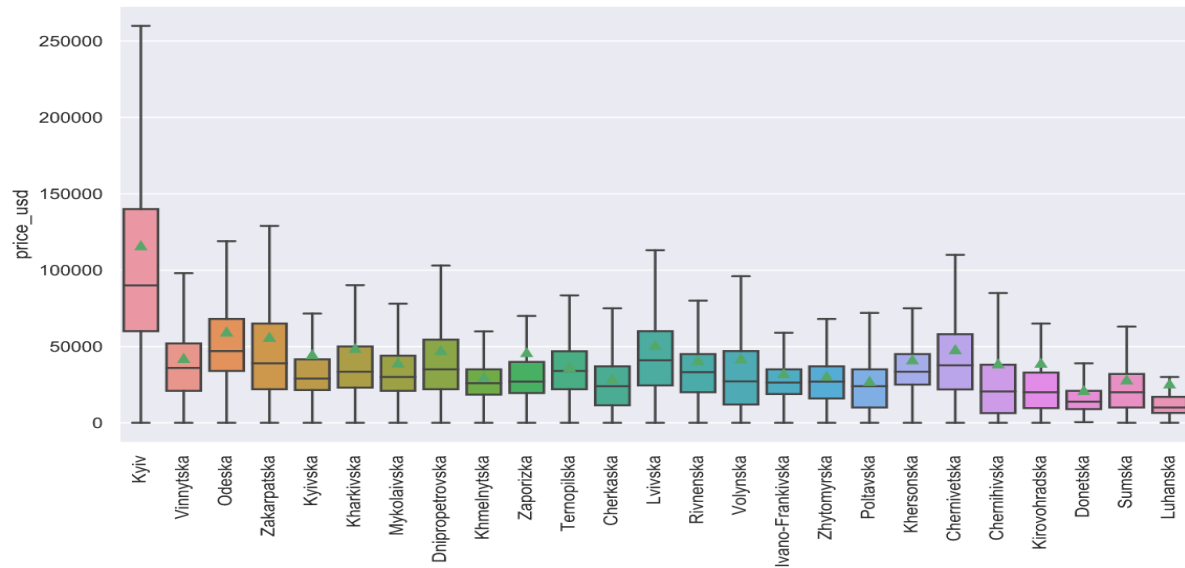


Figure 2. Real estate price according to the region

Market value according to region of sale is represented in Table 4 and in Figure 3.

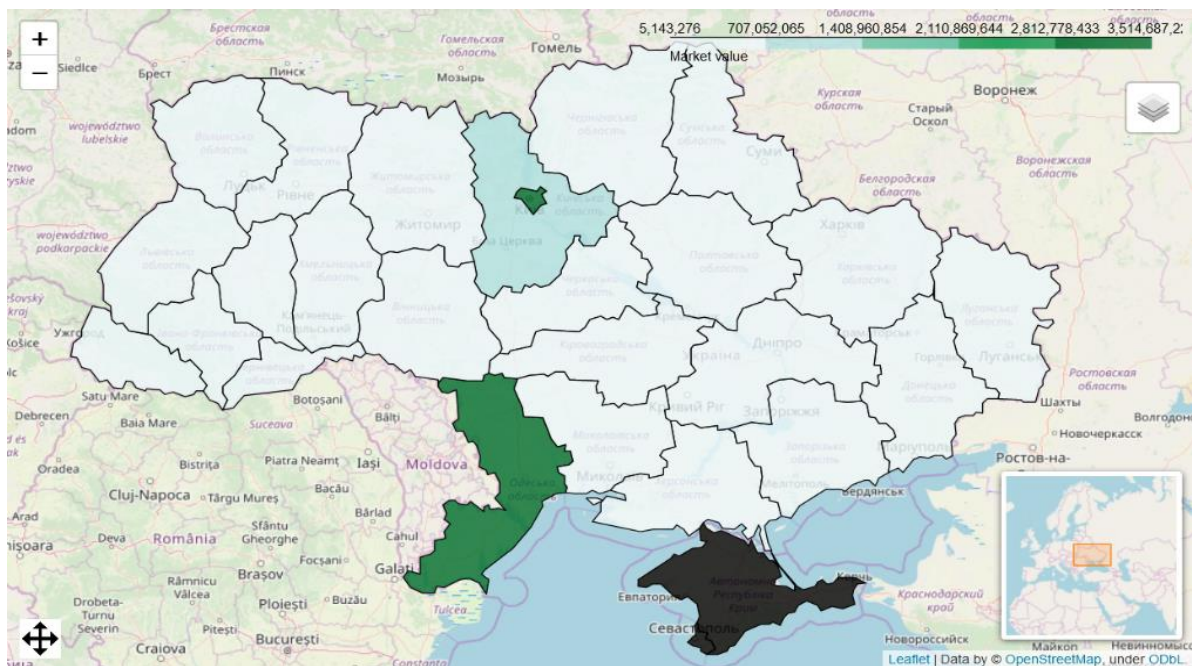


Figure 3. Ukraine's real estate market value according to the region of sale

Table 4. Ukraine's real estate market value by the region of sale (in US dollars)

Region	Market value	Share
Odeska	3514687222	0,320
Kyiv	3237764652	0,295
Kyivska	849892140	0,077
Vinnytska	525050631	0,048
Kharkivska	411549088	0,037
Dnipropetrovska	346582824	0,032
Ternopilska	283081737	0,026
Lvivska	238389625	0,022
Ivano-Frankivska	197759496	0,018
Khersonska	184199466	0,017
Khmelnyska	168931559	0,015
Zaporizka	159758391	0,015
Zakarpatska	158961998	0,014
Mykolaivska	155573201	0,014
Rivnenska	114585308	0,010
Zhytomyrska	105198504	0,010
Poltavska	80588291	0,007
Chernivetska	66216818	0,006
Donetska	50946614	0,005
Cherkaska	45812840	0,004
Volynska	32199824	0,003
Chernihivska	29162115	0,003
Sumska	16343166	0,001
Kirovohradska	15130088	0,001
Luhanska	5143276	0,000

Real estate market value according to property type is represented in Table 5. It is not surprising that apartments occupy such a large share – 68% of the market capitalization. It is more than 4 times higher than the volume of house market, 20 times higher than all commercial and business property.

Table 5. Ukraine's real estate market value according to the property type

Type	Market value	Share
Apartments	7427087721	0,676
House	1837629678	0,167
PSN	285753690	0,026
Office_complex	202191643	0,018
Office	182266631	0,017
Land	168793809	0,015
Commercial_area	157836481	0,014
Business	131940366	0,012
Hotel	128642819	0,012
Industrial	120153625	0,011
Recreational	119683453	0,011
Part_of_house	73013462	0,007
Warehouse	60646115	0,006
Services	55663273	0,005
Country_house	23737203	0,002
Room	11665724	0,001
Garage	4374183	0,000
Parking_space	2428998	0,000

Analyzing the property type real estate by the regions (Table 6) it could be seen that Kiev is the leader not in all spheres.

Table 6. Ukraine's real estate market value by the region of sale and the type of property
(in thousands of US dollars)

	Apartments	Business	Commercial	Country house	Garage	Hotel	House	Industrial	Land	Office	Office complex	Part of house	Recreational	Room	Services	Warehouse
Kyiv	0,36	0,07	0,25	0,05	0,25	0,20	0,07	0,07	0,10	0,49	0,64	0,04	0,27	0,08	0,30	0,04
Vinnitska	0,03	0,07	0,04	0,09	0,07	0,03	0,09	0,07	0,16	0,02	0,01	0,14	0,04	0,19	0,04	0,17
Odeska	0,35	0,51	0,07	0,23	0,03	0,46	0,30	0,04	0,17	0,11	0,23	0,07	0,09	0,31	0,36	0,32
Zak-ska	0,01	0,03	0,04	0,02	0,01	0,04	0,03	0,07	0,05	0,00	0,01	0,03	0,04	na	0,02	0,02
Kyivska	0,05	0,02	0,02	0,16	0,04	0,03	0,20	0,13	0,13	0,02	0,01	0,18	0,08	0,02	0,03	0,08
Khar-ska	0,03	0,03	0,25	0,04	0,04	0,01	0,03	0,06	0,01	0,21	0,02	0,03	0,02	0,12	0,02	0,02
Mykol-ska	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,04	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03	0,03	0,01	0,01
Dnip-ska	0,03	0,03	0,08	0,06	0,03	0,02	0,04	0,08	0,05	0,05	0,02	0,02	0,05	0,01	0,07	0,15
Khmel-ska	0,01	0,02	0,03	0,02	0,08	0,01	0,02	0,02	0,03	0,01	0,00	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02
Zapo-ka	0,01	0,01	0,02	0,02	0,01	0,04	0,02	0,05	0,01	0,01	0,03	0,01	0,16	0,01	0,01	0,02
Tern-ska	0,03	0,01	0,03	0,06	0,19	0,00	0,03	0,02	0,05	0,01	0,00	0,09	0,01	0,07	0,01	0,01
Cher-ska	0,00	0,01	0,01	0,03	0,02	na	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
Lvivska	0,02	0,03	0,04	0,02	0,07	0,06	0,03	0,07	0,05	0,02	0,01	0,03	0,05	0,01	0,04	0,06
Rivn-ska	0,01	0,03	0,02	0,02	0,02	na	0,02	0,01	0,02	0,01	0,00	0,09	0,03	0,02	0,01	0,01
Volynska	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,04	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00
Ivano-Frank-ska	0,02	0,02	0,04	0,01	0,09	0,06	0,01	0,01	0,04	0,01	0,00	0,03	0,02	0,00	0,01	0,02
Zhytska	0,01	0,01	0,00	0,04	0,01	0,00	0,01	0,03	0,02	0,01	na	0,08	0,00	0,07	0,01	0,02
Poltavska	0,01	0,00	0,00	0,04	0,01	0,01	0,01	0,03	0,03	0,00	na	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00
Khers-ska	0,01	0,03	0,00	0,03	0,01	0,01	0,03	0,02	0,02	0,00	na	0,04	0,04	0,01	0,01	0,00
Chern-ska	0,00	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	na	0,03	0,01	0,00	0,02	0,01
Chernih-ska	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
Kirov-ska	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	na	0,00	0,00	0,00	0,02	na	0,01	0,00	na	0,00	0,00
Donetska	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	na	0,01	0,00	0,00	0,00	na	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sumska	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	na	0,00	0,00	0,00	0,00	na	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01
Luhanska	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	na	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	na	0,00	0,00

Specifically, for business property, country houses, houses, land, industrial property, part of house, rooms and warehouses. At the same time, Kiev is peremptory leader in the sphere of office and office complex (49 and 64%), parking (43%), recreation (0,27%). The leaders of apartments are Kiev and Odesa regions (36 and 35%), other regions significantly lag from Kiev and Odesa. For business property the leader is Odesa (51%). For commercial property besides Kiev on the top is Kharkiv region (25%). On the market of country houses the leaders are Odesa region (23%), Kharkiv region (16%), Vinnitsia (9%). Hotel property are market assets for the most at Odesa (46%) and Kiev (20%), business – at Kiev (13%), Dnipropetrovsk (8%). The

leaders on warehouse market are Odesa (22%), Vinnytsia (17%), Dnipropetrovsk (15%), Kyiv (8%).

Conclusions. The investigation described in this paper indicates that using Web scraping for real estate market can be useful for estimation of market capitalization and its structure. The main focus in the paper is limited only to one data source and city, though it could be expanded to other sources, e. g. olx.ua. The evaluation shows the market concentration mostly in Kiev, except for business property, country houses, hotel property, land and warehouses.

References

1. João Manuel Azevedo Santos. Real Estate Market Data Scraping and Analysis for Financial Investments. URL: https://sigarra.up.pt/reitoria/en/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=296684.
2. Maciej Beresewicz. On representativeness of Internet data sources for real estate market in Poland. URL: https://www.researchgate.net/publication/276509483_On_Representativeness_of_Internet_Data_Sources_for_Real_Estate_Market_in_Poland.
3. EzgiCandas, Seda BagdatliKalkan and Tahsin Yomralioglu. Determining the Factors Affecting Housing Prices. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiY0I7cyK3oAhVcw8QBHZa3BTsQFjAAegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.fig.net%2Fresources%2Fproceedings%2Ffig_proceedings%2Ffig2015%2Fpapers%2Fts08j%2Fts08J_candas_bagdatli_kalkan_et_al_7868.pdf&usg=AOvVaw3Z7144oQrHBM7hpaEifz0S.
4. Robert Hu and Emil Sjogren. Analysis and prediction of apartment prices in inner city Stockholm. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwic0_yRyq3oAhWMxosKHc2vCAMQFjAAegQIBRAB&url=http%3A%2F%2Fwww.divaportal.se%2Fsmash%2Fget%2Fdiva2%3A736615%2FFULLTEXT01.pdf&usg=AOvVaw1QRz9jDQWeD7ES-p5AFxPu.
5. Mitchell R., Web scraping with Python. O'Reilly Media, 2018, 2 edition. 308 p.
6. Chapagain A., Hands-On Web Scraping with Python: Perform advanced scraping operations using various Python libraries and tools such as Selenium, Regex, and others. Packt Publishing, 2019. 350 p.
7. Park A., Python for Data Analysis: A Step-By-Step Guide to Master the Basics of Data Analysis in Python Using Pandas, Numpy And Ipython. Data Science Book 2. Independently published, 2019. 151 p.
8. Petrou T., Pandas Cookbook: Recipes for Scientific Computing, Time Series Analysis and Data Visualization using Python, Packt Publishing, 2017. 1 edition. 534 p.
9. Molin S., Hands-On Data Analysis with Pandas: Efficiently perform data collection, wrangling, analysis, and visualization using Python, Packt Publishing, 2019. 1 edition. 716 p.
10. Kouzis-Loukas D. Learning Scrapy. Packt Publishing, 2016. 415 p.
11. Nelli F., Python Data Analytics. Apress Media, 2018. 576 p. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-3913-1>
12. E. Beal A. Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses, Second Edition iUniverse Star, 2010). 96 p.
13. Hauge P., Hauge N., Morgan C., Market Research in Practice: How to Get Greater Insight From Your Market, Kogan Page; Second edition. 2013. 272 p.
14. Pinson L. Anatomy of a Business Plan: The Step-by-Step Guide to Building a Business and Securing Your Company's Future, Out Of Your Mind. And Into The Mark. 7th edition. 2008. 352 p.
15. Frisch B., Creating Business Plans (HBR 20-Minute Manager Series), Harvard Business Review Press, 2014. 162 p.

Список використаної літератури

1. João Manuel Azevedo Santos. Real Estate Market Data Scraping and Analysis for Financial Investments. URL: https://sigarra.up.pt/reitoria/en/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=296684.
2. Maciej Beresewicz. On representativeness of Internet data sources for real estate market in Poland. URL: https://www.researchgate.net/publication/276509483_On_Representativeness_of_Internet_Data_Sources_for_Real_Estate_Market_in_Poland.
3. EzgiCandas, Seda BagdatliKalkan and Tahsin Yomralioglu. Determining the Factors Affecting Housing Prices. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiY0I7cyK3oAhVcw8QBHZa3BTsQFjAAegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.fig.net%2Fresources%2Fproceedings%2Ffig_proceedings%2Ffig2015%2Fpapers%2Fts08j%2Fts08J_candas_bagdatli_kalkan_et_al_7868.pdf&usg=AOvVaw3Z7144oQrHBM7hpaEifz0S.

- 8&ved=2ahUKEwiY0I7cyK3oAhVcw8QBHZa3BTsQFjAAegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.fig.net%2Fresources%2Fproceedings%2Ffig_proceedings%2Ffig2015%2Fpapers%2Fts08j%2FTS08J_candas_bagdatli_kalkan_et_al_7868.pdf&usg=AOvVaw3Z7144oQrHBM7hpaEifz0S.
4. Robert Hu and Emil Sjogren. Analysis and prediction of apartment prices in inner city Stockholm. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwic0_yRyq3oAhWMxosKHc2vCAMQFjAAegQIBRAB&url=http%3A%2F%2Fwww.divaportal.se%2Fsmash%2Fget%2Fdiva2%3A736615%2FFULLTEXT01.pdf&usg=AOvVaw1QRz9jDQWeD7ES-p5AFxPu.
 5. Mitchell R., Web scraping with Python. O'Reilly Media, 2018, 2 edition. 308 p.
 6. Chapagain A., Hands-On Web Scraping with Python: Perform advanced scraping operations using various Python libraries and tools such as Selenium, Regex, and others. Packt Publishing, 2019. 350 p.
 7. Park A., Python for Data Analysis: A Step-By-Step Guide to Master the Basics of Data Analysis in Python Using Pandas, Numpy And Ipython. Data Science Book 2. Independently published, 2019. 151 p.
 8. Petrou T., Pandas Cookbook: Recipes for Scientific Computing, Time Series Analysis and Data Visualization using Python, Packt Publishing, 2017. 1 edition. 534 p.
 9. Molin S., Hands-On Data Analysis with Pandas: Efficiently perform data collection, wrangling, analysis, and visualization using Python, Packt Publishing, 2019. 1 edition. 716 p.
 10. Kouzis-Loukas D. Learning Scrapy. Packt Publishing, 2016. 415 p.
 11. Nelli F., Python Data Analytics. Apress Media, 2018. 576 p. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-3913-1>
 12. E. Beal A. Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses, Second Edition iUniverse Star, 2010). 96 p.
 13. Hauge P., Hauge N., Morgan C., Market Research in Practice: How to Get Greater Insight From Your Market, Kogan Page; Second edition. 2013. 272 p.
 14. Pinson L. Anatomy of a Business Plan: The Step-by-Step Guide to Building a Business and Securing Your Company's Future, Out Of Your Mind. And Into The Mark. 7th edition. 2008. 352 p.
 15. Frisch B., Creating Business Plans (HBR 20-Minute Manager Series), Harvard Business Review Press, 2014. 162 p.



UDC 339.138:005.521:796.332

PECULIARITIES OF INNOVATIONS IMPLEMENTATION ON THE UKRAINIAN BRAND EXAMPLE

Nataliia Letunovska; Hanna Voda; Svitlana Kadurina; Anna Tsunenکو

Sumy State University, Sumy, Ukraine

Summary. In this paper, the authors proposed their own idea of innovative sweatshirt that can be developed and introduced into the national market for young clothing brand VOVK. The target of the investigation is the creation of the new innovative product in youth clothes segment focused on national fashion market. The research target is chosen for a good reason since there are contradictions in this segment, such as supply and demand disproportion. The Ukrainian young people need really fashionable, high-quality and interesting clothes from national manufacturers, so they have to buy foreign substitute goods. The national manufacturer losses its profit. The authors meaningfully and by stages highlight the organizational and economic peculiarities of innovation development – from the distinct problem vision solved by this product to the latest trends in the world fashion culture that make the proposed solution possible. The project competitors among the clothes manufactures in Ukraine are analyzed. The technological solution and marketing parameters of the future supply (target audience, pricing approaches, methods of product promotion, etc.) are described. Planned efficiency indices for this project are calculated. The evaluation of potential risks and the level of their impact on the project as a whole is carried out. The carried out investigation and its visual representation is relevant for entrepreneurs engaged in tailoring and promoting their own brands in the Ukrainian market, for people interested in fashion market innovations, as well as for researches analyzing determinants and imperatives of the national innovative economy development

Key words: fashion innovation, Ukrainian brand, innovation project, economic effectiveness, target audience.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.045

Received 17.03.2020

УДК 339.138:005.521:796.332

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ

Наталія Летунівська; Ганна Вода; Світлана Кадуріна;
Світлана Цуненко

Сумський державний університет, Суми, Україна

Резюме. Запропоновано власну ідею інноваційного світшоту, яку можна запропонувати ринку вітчизняному молодому бренду одягу «VOVK». Об'єктом дослідження є процес створення інноваційного продукту в сегменті молодіжного одягу, орієнтованого на вітчизняний ринок моди. Об'єкт дослідження обраний не випадково, оскільки в цьому сегменті є суперечності, а саме: дисбаланс попиту та пропозиції. Українській молоді не вистачає дійсно модних, якісних та цікавих речей від вітчизняних виробників, тому їм доводиться купувати зарубіжні заміники. Вітчизняний виробник втрачає від цього прибуток. Автори змістовно та поетапно висвітлюють організаційні та економічні особливості інноваційного розвитку – від формування чіткого бачення проблеми, яка вирішується за допомогою цього продукту, до останніх тенденцій світової культури моди, які роблять можливим запропоноване рішення. Проаналізовані конкуренти проекту серед виробників одягу в Україні. Описане технологічне рішення та маркетингові параметри майбутнього постачання (цільова аудиторія, підходи до ціноутворення, методи просування товару тощо). Розраховані планові показники ефективності проекту. Здійснено оцінювання потенційних

ризиків та рівня їх впливу на проєкт у цілому. Проведене дослідження та його візуальне представлення можуть бути корисними для підприємців, які займаються пошиттям одягу та просуванням власних брендів на українському ринку, людям, які цікавляться новинками на ринку моди, а також тим дослідникам, які займаються аналізом детермінант та імперативів інноваційного розвитку національної економіки.

Ключові слова: інновація в сфері моди, український бренд, інноваційний проєкт, економічна ефективність, цільова аудиторія.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.045

Отримано 17.03.2020

Introduction. The Ukrainian fashion market is developing rapidly. Women's clothing is the most in demand. For these reasons, we have selected a typical representative of the market, a manufacturer of women's clothing line VOVK company. According to the results of 2018 this brand is among the leaders in the list of the most popular clothing manufacturers in Ukraine. In just 8 years of activity of this brand, it became popular in 17 Ukrainian cities, including Kyiv, other millionaire cities and regional centres. The authors propose innovative project – unique sweatshirts with interesting colour variation technology during the changing weather conditions. The authors drew attention to VOVK brand because it stands out among other bright colours, prints and high quality, which are the main factors for the creators of clothing. In addition, it is not an expensive brand, and therefore it can be afforded by progressive but not wealthy young people. In today's domestic fashion, this brand is more relevant than ever at Made in Ukraine. In general, the authors evaluate the activity of the analyzed company in order to show through its example how it is possible to add a new potentially profitable product position to the assortment of the existing company at the market and what are the main points of its activity in the development of innovation in the fashion market it is advisable to focus on.

Analysis of the available researches and publications. While searching for an idea of an innovative product and choosing an area of activity in which it is advisable to introduce something new, the authors analyze a number of useful sources, modern literature regarding the experience to implement other startups in the Ukrainian market and abroad. Among such sources of literature, there are popular editions [1–6], as well as online sources. Therefore, for example, the description of the original clothing from the company «Aerochromics» was used to form the idea of an innovative sweatshirt, which the authors of the work have found out while surfing the Internet [7].

Innovation in the field of fashion in Ukraine attracts a number of popular scientists, such as I. A. Gardabhadze [8], Yasinska O. G. [9], Chuprina N. V. [10], Bondarenko S. M. [11], etc., but they pay much attention to theoretical and methodological approaches to the fashionable goods market segmentation, marketing approaches to the promotion of fashion products in the market, various aspects of management in the fashion sphere in bringing products from the manufacturer to the end-consumer. Therefore, the authors also consult for such unscientific sources, namely articles in online magazines about the entrepreneurs' success stories in the field of fashion and design of wardrobe items, among which there are representatives of the domestic fashion world from the authors' home country clothing brands «Komashnya», «Tell», «Petro Soroka», «Rosmova».

An analysis of such a variety of information sources has shown that the fashion market is very changeable. Consumers require new offers from clothing manufacturers. Success is achieved by those entrepreneurs who are not afraid to take risks, bring their market innovations to the market and gradually turn them into casual clothes of Ukrainians in case of their successful commercialization.

The objective of the investigation is formed by the authors as a narrower part of the analyzed problem, namely the process of creating an innovative product in the youth clothing segment, which is oriented towards distribution within the domestic fashion market. The subject

of the author's research is the modern fashionable clothing market, including such segment as a clothing item for young people seeking to stand out from the crowd. The research object is chosen not by accident since there are contradictions in this segment, namely the supply and demand imbalance. The Ukrainian youth lacks really fashionable, high-quality and interesting things from native manufacturers, so they have to buy substitutes (Chinese, Turkish, Polish wares). The domestic manufacturer suffers from it receiving less profit.

Basic material. Today's youth try constantly to stand out from the crowd, to emphasize their uniqueness and personality, which is not always possible. Therefore, boys and girls are constantly looking for things that can help solve this problem. Young people are actively following the changes in fashion trends, subscribing to different bloggers and watching their lifestyle, seeking to be like them. When trying to stand out from their peers, young people keep up with the latest innovations. One way to solve the problem of uniqueness is to buy branded, modern clothing.

Recently, the sweatshirt has become popular. The sweatshirts are in demand, have different colours, any lettering and images. They can suit any person. Sweatshirts with interesting and unusual drawings, which are designed to dilute the boring routine, are very popular today. Young people are happy to wear sweatshirts to study, parties, work etc. This clothing item fits perfectly with any outfit and complements the look. Thus, every fashionista knows that the sweatshirt is necessary basic clothing.

As for the company Vovk, sweatshirts are in the product range of this entity but the number of varieties of them is quite small (Figure 1). The introduction of product innovations will increase the demand for the company's products and attract the consumers' attention.

We propose to produce and to sell sweatshirt under the trademark «VOVK». The peculiarity of the product is the change of colour depending on weather conditions. Consumers can know in advance what the weather is expecting: if sunny, the colour of the clothing will change to warm shades (yellow, orange, mustard, light pink, brown, light green, red) and to cool shades if the weather is cloudy (blue, purple, burgundy, dark green). Rainfall (rain, snow, hail) will cause the sweatshirt to be black or grey. Clothing will be made of a fabric that does not let moisture. The sweatshirt will be powered by a mobile application on a smartphone, thanks to Bluetooth connectivity and geolocation, recharge via USB cable and charger for 24 hours. A warranty card will be added to the product, which will give you the right to replace or repair the light in case of malfunctions. The item will be valuable to the consumer because it has unique properties and has no analogues on the market. It will enable its owners to stand out from the crowd and attract the others' attention. The proposed sweatshirts can be worn in everyday life, as well as at various parties. Such sweatshirts will be perfect on modern dance shows. The clothing of Aerochromics was used to create an innovative sweatshirt. The main feature of Aerochromics clothing is its sensitivity to harmful contaminants in the air. According to the manufacturers, when the concentration of dangerous substances in the air exceeds the norm, the T-shirt changes its colour, showing a geometric pattern, indicating that the level of pollution is exceeded in the air. Each model has its own technology. For example, a T-shirt for detecting harmful particles has two built-in sensors on the chest and back, respectively, they are connected to special heat panels to change the colour of the fabric. At the same time, special carbon strips are used in the carbon monoxide model, which changes colour from black to white if it comes in contact with gas. According to the technology of production, the sweatshirts will be similar to the idea of the Ukrainian startup of PIX-backpacks – a smart animated backpack, which is equipped with a built-in LED display of 16.5 million colours, the appearance of which can be controlled using a smartphone [12]. The Product Development Roadmap (Figure 2) includes a number of indicative steps. At each stage, there is an improvement of the clothes properties and the technologies of their production.

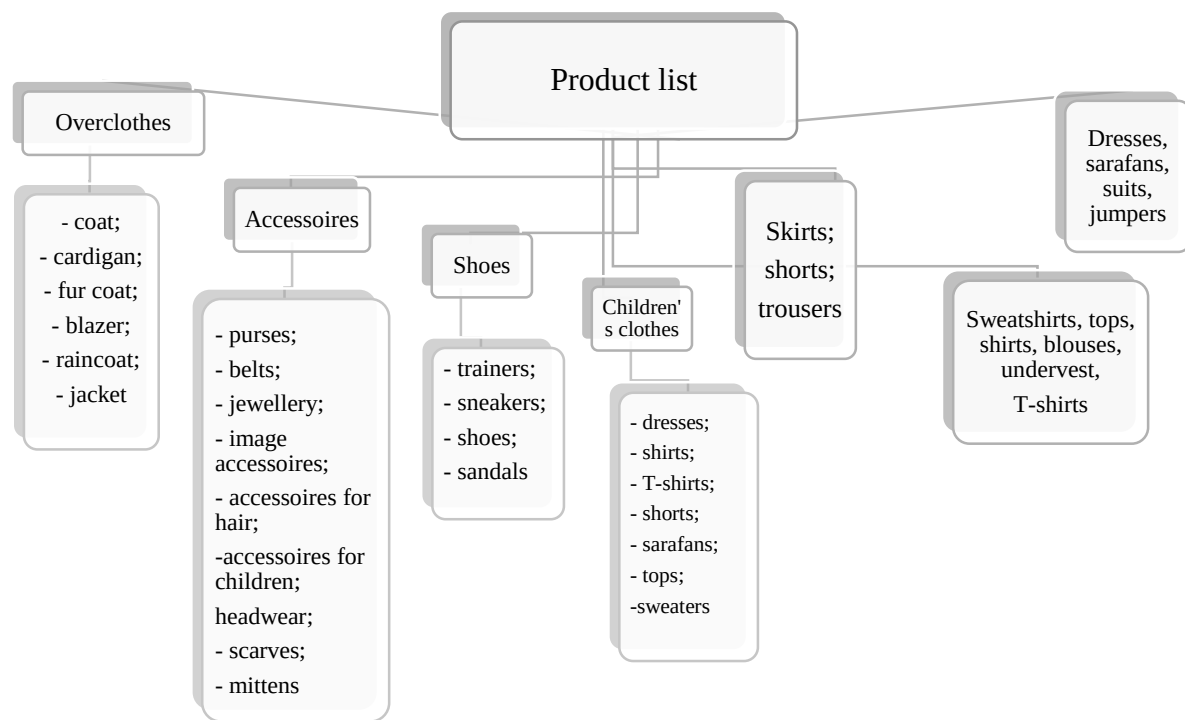


Figure 1. Production list of the company «VOVK»

The first sweatshirts which we see now, a loose-fitting sweater without a soft cotton collar, was developed under the RussellAthletics brand, which previously dealt only with sewing women's and children's underwear. In the 1950 s. a famous photo of Marilyn Monroe appeared in a rough thick sweater [13]. Initially, the fabric for the sweatshirt was made using loopwheeled technology. The fabric was woven seamlessly on the special looms, and thanks to the special weave of the threads, it was less prone to shrinkage, more flexible and stretched. The main drawback of the technology was the low speed of production. It was possible to make material only for 8 sweatshirts on such machines, during one day. In this regard, technology has been completely substituted by mass production. In the 60s of the twentieth century. soft and comfortable sweatshirts with the logos of educational institutions began to be worn by students. This university tradition has survived to this day. At the same time, famous people could be seen in sweatshirts. In 1970, sweaters were still produced from natural wool, but time did not stand still and synthetic fabrics became popular. Natural fabric lost demand, and acrylic, synthetic material came in their place. Since 2005, sweatshirts had such brands as Nike, Adidas, Harm's, Champion, Russell Athletic, Levi's, Cheap Monday, Obey, Our Legace, Dolce & Gabbana, Emporio Armani etc. Thanks to their convenience, sweatshirts become popular not only in sport but in everyday clothing. Ukraine also follows the fashion trends, and the sweatshirt takes key positions in the Ukrainians' clothing. Particularly, sweatshirts with own captions and prints became more popular. Among sweatshirts with own prints, one should notice «name sweatshirts». There is the highest demand for women's clothing in the country, but the men's clothing segment also has a significant share in the market.

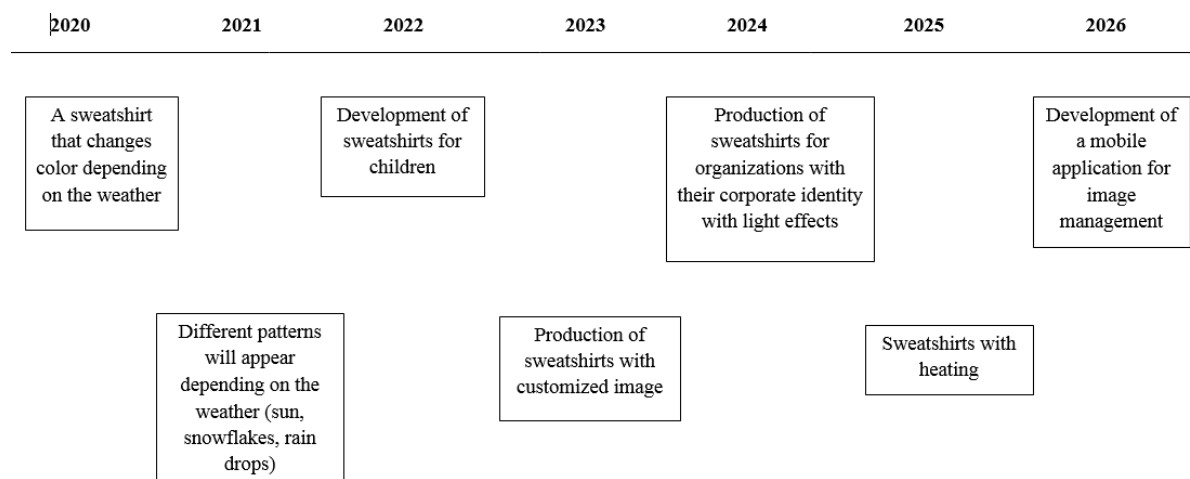


Figure 2. Roadmap for authors' product idea development

In order to create a buyer profile of the innovative sweatshirts, we use the popular persona method to help you understand who will buy our product and why they need it. Through the example of three persons (Table 1), potential buyers are analyzed in detail.

We calculate indices that will allow us to understand the sales volumes of our products and to analyze the market.

TAM as the total addressable market. In order to calculate it, it is necessary to multiply the average cost of the product by the number of people who want to buy a sweatshirt. According to official data, the population in Ukraine is 42 153 200 people, and those who would like to purchase a sweatshirt are about 50%, i. e. 22 153 200 people. It means that $TAM = 1\,200\,UAH \cdot 22\,153\,200\,persons = 26\,583\,840\,000\,UAH$.

SAM is served available market (i. e., a part of the TAM market where the observed enterprise will operate). It is calculated by multiplying the TAM index by the number of persons who also have purchasing power (20%), in addition to desire. Then $SAM = 26\,583\,840\,000 \cdot 0.2 = 5\,316\,768\,000\,UAH$.

Table 1. Analysis of the target audience in the project

Features	Angelina	Maksym	Kateryna
What are they?	An upper-middle-class student, a blogger, has her own Instagram account, has her own YouTube channel, where she uploads various videos about unpacking ordered innovative things	Modern dance teacher, who has a team of young girls and boys performing at various parties, shows	A young girl, wearing comfortable and high-quality clothing, loves to stand out for the brightest things in everyday life
Goals	To increase the number of subscribers, views, reposts, likes. To gain popularity	To purchase unusual prints for the team name for all its members at Vovk	To buy one universal sweatshirt instead of the usual one
Doubts	High price, non-conformity of goods with their features	The impossibility to make such sweatshirts with prints, a long time of production	The fear of washing this clothing that it may lose its shape, will not change its colour
Conclusion	It is necessary to add videos detailing the properties of the product on your own pages on the Internet	The necessity to produce innovative prints with a convenient time for the consumer	To add instructions for applying sweatshirt

SOM as Serviceable & Obtainable Market is a market share of an enterprise that can really be reached. For the calculation, it is necessary to know such values as the number of manufactured sweatshirts per month (estimated potential capacity for the production of sweatshirts – 1350 units per month, based on the daily production of sweatshirts at the small enterprises according to the [14]) and the number of months (year). That is, $SOM = 1\,350 \cdot 12 = 16\,200$ sweatshirts. According to the data, the available market volume is 26 583 840 000 UAH, and also in the year, we will be able to produce 16 200 sweatshirts. The obtained figures are quite comparable. It is possible to maintain a balance between supply and demand for sweatshirts.

The main competitors of the company at the Ukrainian market are the following brands, Table 2.

Thus, only fragmentary analysis of competitors (since there are more in Ukraine, there are leaders in the regions) the company Vovk has strong competitors, that is why in order to maintain its position in the market, it needs to produce a line of more individual customized clothing, i. e. to expand and to capture a new target segment.

In comparison with its competitor «Promin», «Vovk» does not have a lot of incentive measures, so it needs to keep in touch with consumers, perform promotions, discounts, and keep up-to-date with its clothing.

At the same time, one may confirm that «VOVK» has a number of competitive advantages, namely: the use of natural fabrics in the production of clothing, the uniqueness of design, the availability of skilled personnel, innovative approach to brand promotion, affordable prices, convenience and versatility of the offered models, customization of products, well-designed studios and the photographic zones (the company call studios its own shops and photographic zones are located in stores for the customers' convenience, for example, if a visitor of the store is not ready to purchase clothes and wants to consult with someone, he or she may take a photo in this clothes before buying).

The goal of pricing in the implementation of the project is to increase profits and to gain leadership by product quality. Thus, we offer a prestigious prices strategy, because the product is innovative, has unique properties and has no analogues in the market. We will calculate the average size of the customer's purchase account: the proceeds per month from the sale of sweatshirts – 156 000 UAH (about 1350 products are sold per month), the number of checks per month – 95. The average check = $156\,000/95 = 1\,642$ UAH.

Table 2. Main competitors on the Ukrainian clothes market

Competitor	Description
1	2
Must have	The first Ukrainian women's clothing market. The brand has appeared in the market since 2010 when its founders – Anna Kovalenko and Anastasia Dziuba released their first collection. Today Must Have is its own 1000 square meter production facility, 11 stores in Kyiv, Lviv, Kharkiv and Odesa (including the largest shopping and entertainment centres), an online store, 12 collections a year and 250 talented employees. The brand assortment includes quality business, evening and casual women's clothing. In order to produce clothing, the company buys fabrics and accessories from industry leaders in Europe [15]
Casual	It was born in the UK in her Scottish part in Aberdeen. The company presents comfortable women's clothing that combines the «comfortable minimalism» inherent in street fashion, and fashion trends borrowed from catwalk shows. The range includes coats, jackets, overalls, dresses, skirts, pants, etc. Each type of clothing is represented by several different styles. Corporate showroom is located in the centre of Kyiv [16]

End of table 2

1	2
Zara	Spanish «fashion» brand, which produces men's, women's and children's clothing. Zara is part of the Inditex Group, owned by one of Spain's richest men, the magnate Amancio Ortega. The same group includes such brands as Pull and Bear, Oysho, Stradivarius, Bershka, Massimo Dutti and Uterqüe. A feature of Zara clothing is the design approach while maintaining democratic prices. The company is headquartered in La Coruna, Galicia, Spain. It was here where the first Zara store was opened in 1975 [17]
Promin	The brand was created on the basis of Lviv knitwear factory «Promin». The company was founded in 1939 and for over 60 years was considered a leader among the manufacturers of knitwear in Eastern Europe. Promin produces casual wear collections for active leisure for the whole family – women, men and children. The brand works with natural raw materials (cotton, viscose), which are made exclusively to order. Brand and online stores have a loyalty program for regular customers, and there are often promotions and special offers. Price segment: from 130 UAH (T-shirts, T-shirts) to 960 UAH (Bombers) [18]
Grass	The mass-market brand was created in April 2015 by three friends Taras Volkov, Ksenia Konstantinova and Sasha Kolibabchuk. The idea came up in February, and three months later, the first collection of the brand, consisting of five models of women's clothing, appeared. At that time, the main sales channels were social networks and the site. The successful launch gave the brand the opportunity to open its own store in the heart of Kyiv – at Kostyolnaya Street, 6 (near Independence Square). Today, the GRASS brand releases 4 major collections per year and is working on collaborations with other brands [19]

In order to implement an innovative project, there is a need to upgrade an existing company. The startup team will initially consist of six persons, particularly: two project managers, two technical engineers, a tailor, and a designer.

The consumers' buying behaviour and the number of profits generated from the sale of sweatshirts will be most influenced by such factors as price of goods and consumers' financial standing, seasonality, level of consumers' awareness, professionalism of sales staff, permanent availability of the required size of the product, the possibility of different payment methods, availability of goods discounts, the existence of substitute goods (for example, usual sweatshirts). The company will receive more profit in April, May, June, July, as well as in September as this is influenced by the seasonality factor. Between October and February, there will be a relative decline in sales, but in March the product will again start to enjoy considerable popularity.

Planned marketing practices for innovative sweatshirts:

- 1) Online store – <https://vovk.com/>;
- 2) Social networks – Instagram and Facebook;
- 3) Own brand stores.

In order to promote innovative products in the market, we offer the following marketing tools [20], table 3–4.

Table 3. Marketing activities for promoting innovative technology in the Ukrainian market (advertising)

Tool	Description	Expences
1	2	3
Advertisement on the Internet (Facebook, Instagram, YouTube)	Videos of the user manual, pictures of the product and information about it will be posted on own pages on social networks and with the help of bloggers	25 000 UAH per year
Creation of landing page	The page where visitors will be able to obtain product information, contact the seller to order it	4 500 UAH [21]

End of table 3

1	2	3
Advertising in media	1. Magazines for own stores (35 pcs); 2. In periodicals (magazines) about the latest fashions	1. One journal production costs 600 UAH. Total expenses per month – 21 000 UAH; 2. For example, advertising in one issue for the magazine «ELLE» is from 79 000 UAH [22]
External advertising	Billboards in cities, signs and posters at points of sale	For example, the cost of advertising billboards in Kharkiv – from 4 000 UAH per month [23] Cost of making signage and posters is 1 200 UAH per year for one shop

Thanks to advertising campaigns and promotional activities, Vovk will be able to increase sales, capture market share, gain consumer loyalty, and enhance the company's image.

Table 4. Marketing activities for promote innovative technology in the Ukrainian market (sales promotion)

Tool	Description
Sales	1. 10% off for the first 50 buyers in the online store (every month). 2. 7% off on the purchase of three sweatshirts, 10% off on the purchase of six units; sales before Holidays on Black Friday at Cyber Mondays at own stores
Lottery	The buyer's check will have the number of the participant by which he or she will be able to win a gift (accessories or clothing presented in the company's assortment)
Free guarantee certificates	Warranty certificate for the product, valid for 6 months
Souvenir goods	When the buyer purchases a sweatshirt, he or she gets as a gift, for example, a pen, a notepad, a cup or a calendar with the Vovk logo (in the initial stages when innovative products are launched)

In addition, the costs of materials, equipment, workers' salaries, tax payments, utility bills, and transportation costs should be highlighted among other project implementation costs.

The main risks of this innovative project: the product will not be in demand; technical problems when using it; the appearance of additional costs; implementation of the idea regarding goods by competitors; failure in employees' duties; delay of project implementation deadlines; refusal of the head of the company «Vovk» to implement the idea.

Having identified the main potential risks that may arise during the project implementation, it is necessary to evaluate them by two matrices based on the use of such indices as the probable risk (Table 5) and the possible consequences of its occurrence (Table 6). After identifying the risks, we analyze them by comparing the consequences and the probability of the risk occurring in Table 7.

Table 5. Risk probability evaluation matrix

Level	Decoding of the level	Description
A	Almost certainly	The risk is likely to arise in most cases
B	Probably	The risk is likely to arise in most cases
C	Maybe	The risk must arise under certain conditions
D	Hardly	The risk may arise under certain conditions
E	It is unlikely	Risk can only arise in exceptional circumstances
F	Never	There will be no risk

Table 6. Matrix for assessing the consequences of risk

Level	Decoding	Description
1	Minor	Minor impact on project implementation; no unfavourable advertising; no conflict between the parties; minimal impact on the environment; budgetary impact does not exceed 1%
2	The minimum	Minimal impact on project implementation; slight loss of the concerned parties' trust; moderate impact on the environment; budgetary impact ranges from 1% to 2.5%
3	Moderate	The implementation of the project is delayed by less than 20% of the initial implementation period; significant medium-term environmental impact; budgetary impact ranges from 2.5% to 10%
4	Significant	The implementation of the project is delayed more than 20% of the initial implementation period; significant long-term impact on the environment; budgetary impact ranges from 10% to 20%
5	Catastrophic	Implementation of the project under threat; significant long-term impact on the environment; budgetary impact exceeds 20%

Table 7. Matrix «probability – possible consequences»

Probability	Consequences				
	1	2	3	4	5
A	M	H	H	E	E
B	M	M	H	H	E
C	L	M	M	H	H
D	L	L	M	M	H
E	L	L	L	M	M

E (Extreme) – unacceptable risk; detailed research and regulation planning at higher levels;

H (High) – high risk; the attention of higher executives is required;

M (Medium) – moderate risk; executives should be responsible;

L (Low) – low risk; regulation of the routine procedures.

According to the tables, we analyze the potential risks in the implementation of the project (Table 8).

Based on the table, we can conclude that the moderate risk is that the product will not be in demand. High risks include the appearance of additional costs; delay of project implementation time; the Vovk head's refusal to realize the idea. Low risks indicate that they are unlikely to occur, but they should be taken into account.

The evaluation of the effective indices of the innovation project provides the following table (Table 9). It is taken into account that the cost reduction rate is 13.5% according to the NBU discount rate [24].

Table 8. Evaluation of potential risks

№	Risk	Probability	Consequences	Level of the risk
1	The product will not be in demand	D	4	Medium
2	The technical problems in the use by consumers	E	3	Low
3	The appearance of additional costs	A	2	High
4	The realization of the idea of the goods by competitors	E	2	Low
5	Failure in duties of employees	E	3	Low
6	Delay of the project implementation deadline	C	4	High
7	Vovk's head refuses to implement the idea	D	5	High

The obtained figures indicate that the project is commercially profitable. It is attractive given the high net consolidated revenue ratio. A high profitability index for the project is planned. The payback period is short enough, so the company has every chance quickly to pay back the costs to bring innovative products to the market and to earn a steady profit from the sale of the product – unique sweatshirts that can change colour depending on weather conditions.

Table 9. The results of the calculations of potential project economic effectiveness for production and implementation of innovative sweatshirts

Efficiency index, units	Index
Net income	80 300
Profitability Index, %	140.7
Simplified payback period, years	0,36
Payback period, taking into account the factor of time, years	0.4

Conclusions. Thus, the idea of production and further commercialization of unique trade offer – innovative sweatshirts with changing colour technology depending on external weather conditions was developed and proposed in the Ukrainian market. The introduction of this innovation was observed as an example of the national leading clothing brand «VOVK». For this company, such extension of the product offer will serve as a success factor, which will increase the potential consumers' interest in the whole range of the company, as well as create a positive image of the manufacturer, which follows the latest trends in the industry.

The authors completed a number of the following stages of the future idea implementation, such as, the target market analyses, the main competitors determination, suggestions concerning tentative portrait of the target audience, pricing strategy, methods of marketing and promotion of innovation.

The important component of the given investigation, its specificity was the identification of innovation risks with the description of their occurrence probability. The authors estimated the efficiency indices of the project, which are highlighted in the paper as the resulting table.

The carried out investigation and its visual representation is relevant for entrepreneurs engaged in tailoring and promoting their own brands in the Ukrainian market, for people interested in fashion market innovations, as well as for researches analyzing determinants and imperatives of the national innovative economy development

Directions for further research. Further researches should be focused on increasing the role of marketing in fashion, particularly in branding. The authors' attention will be focused on determining the role of the fashion market in shaping favorable national brand. From this point of view, it is interesting to determine the level of Ukrainian fashion influence on the general perception of Ukrainians among residents of other countries.

References

1. Vorona T. Startup per million. Vyd-vo "Vivat", 2018. 224 p.
2. Cherniak E. Big Money. Big Money. Principles of the first. Izd-vo "Fors", 2018. 272 p.
3. Kusumano M. A. Genius strategies. Top five lessons from Bill Gates, Andy Grove and Steve Jobs. Vyd-vo "Knyzhkovyi klub "Klub simeinoho dozvillia", 2017. 256 p.
4. Nait F. Shoes-being. Nike story told by its founder. Vyd-vo "Nash format", 2017. 432 p.
5. Shults H. History of Starbucks. Vyd-vo "Nash format", 2017. 408 p.
6. Stoun B. Upstarts. Uber, Airbnb, and the Silicon Valley battle. Vyd-vo "Nash format", 2018. 384 p.
7. Aerochromics: wear the air. URL: <http://aerochromics.com/>.
8. Gardabhadze I. A. Innovations in fashion design: evaluation, management, efficiency. Bulletin of KhDADM, 2014. № 6. P. 16–19.
9. Yasynska O. G. Formation of conceptual-categorical tools of management of enterprises of the fashion industry. Manager, 2018. № 2 (79). P. 181–191.
10. Chuprina N. V. Segmentation of fashion lines in the structure of the fashion industry. Bulletin of KhDADM, 2014. № 1. P. 33–38.
11. Bondarenko S. M., Palagin Yu. O., Bondarenko B. S. Improvement of assortment policy of trade enterprise in the field of fashion. Economy and society. 2018. № 16. P. 264–269.

12. Pix – the first smart animated backpack. URL: <https://peremoga.space/pix-перший-смарт-анімаційний-рюкзак>.
13. Sweatshirt: yesterday, today, tomorrow. URL: <https://www.oasiscatalog.com/blog/tolstovka-vchera-segodnya-zavtra/>.
14. Production of hoodies as a profitable business. URL: <https://biznes-prost.ru/proizvodstvo-tolstovok-kak-vygodnyj-biznes.html>.
15. Must have. URL: https://musthave.ua/?gclid=Cj0KCQiA6IHwBRCJARIsALNjViURn-YMli9_yM34ZMjHZv5h8JV7HYLG1ZmnecBZuUAC-OD9J0vyEekaAqhUEALw_wcB.
16. Casual. URL: <https://casualua.com.ua/>.
17. Zara. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Zara>.
18. Promin. URL: <https://promin.ua/>.
19. Grass. URL: <https://vsiivoi.ua/brands/grass>.
20. Bozhkova V. V., Ptashchenko O. V., Saher L. Yu., Syhyda L. O. Transformation of marketing communications tools in the conditions of globalization. Marketing and Management of Innovations, 2018. № 1. P. 72–82. <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-05>
21. How much is a landing page? Landing Page (single page site) price in Ukraine. URL: <https://my-master.net.ua/stoimost-price-landing-page/>.
22. Advertising in the media. URL: <https://media.adv-sonata.com/press/zhenskie/elle/>.
23. Outdoor advertising in Kiev and Ukraine. URL: https://pilum24.com.ua/nar?gclid=CjwKCAiA3uDwBRBFEiwA1VsajKSyPDrHAQP0Y_BaTHVgihLdAsQLQhl4DhDhdQzxBRsyWZDB132KKhoCiOUQAvD_BwE.
24. NBU discount rate (as of 10 January 2020). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/refinance/>.

Список використаної літератури

1. Ворона Т. Стартап на мільйон / пер. Г. Сологуб. Видавництво «Віват», 2018. 224 с.
2. Черняк Е. Big Money. Принципы первых. Изд-во «Форс», 2018. 272 с.
3. Кусумано М. А. Стратегії геніїв. П'ять найважливіших уроків від Білла Гейтса, Енді Гроува та Стіва Джобса. Вид-во «Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2017. 256 с.
4. Найт Ф. Взуття-буття. Історія Nike, розказана її засновником. Вид-во «Наш формат», 2017. 432 с.
5. Шульц Г. Історія Starbucks. Вид-во «Наш формат», 2017. 408 с.
6. Стоун Б. Вискочки. Uber, Airbnb та битва за Кремнієву долину. Вид-во «Наш формат», 2018. 384 с.
7. Aerochromics: wear the air. URL: <http://aerochromics.com/>.
8. Гардабхадзе І. А. Інновації у фешн-дизайні: оцінка, управління, ефективність. Вісник ХДАДМ. 2014. № 6. С. 16–19.
9. Ясинська О. Г. Формування понятійно-категоріального інструментарію менеджменту підприємств індустрії моди. Менеджер. 2018. № 2 (79). С. 181–191.
10. Чупріна Н. В. Сегментація ліній модного одягу в структурі індустрії моди. Вісник ХДАДМ. 2014. № 1. С. 33–38.
11. Бондаренко С. М., Палагін Ю. О., Бондаренко Б. С. Удосконалення асортиментної політики торговельного підприємства у сфері моди. Економіка і суспільство. 2018. Випуск 16. С. 264–269.
12. Pix – перший смарт-анімаційний рюкзак. URL: <https://peremoga.space/pix-перший-смарт-анімаційний-рюкзак>.
13. Толстовка: вчера, сегодня, завтра. URL: <https://www.oasiscatalog.com/blog/tolstovka-vchera-segodnya-zavtra/>.
14. Производство толстовок как выгодный бизнес. URL: <https://biznes-prost.ru/proizvodstvo-tolstovok-kak-vygodnyj-biznes.html>.
15. Must have URL: https://musthave.ua/?gclid=Cj0KCQiA6IHwBRCJARIsALNjViURn-YMli9_yM34ZMjHZv5h8JV7HYLG1ZmnecBZuUAC-OD9J0vyEekaAqhUEALw_wcB.
16. Casual. URL: <https://casualua.com.ua/>.
17. Zara. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Zara>.
18. Promin. URL: <https://promin.ua/>.
19. Grass. URL: <https://vsiivoi.ua/brands/grass>.
20. Божкова В. В., Птащенко О. В., Сагер Л. Ю., Сигида Л. О. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 73–82. <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-05>
21. Сколько стоит лендинг пейдж? Цена Landing Page (одностраничного сайта) в Украине. URL: <https://my-master.net.ua/stoimost-price-landing-page/>.
22. Реклама в СМИ. URL: <https://media.adv-sonata.com/press/zhenskie/elle/>.
23. Размещение наружной рекламы в Киеве и по Украине. URL: https://pilum24.com.ua/nar?gclid=CjwKCAiA3uDwBRBFEiwA1VsajKSyPDrHAQP0Y_BaTHVgihLdAsQLQhl4DhDhdQzxBRsyWZDB132KKhoCiOUQAvD_BwE.
24. Облікова ставка НБУ (станом на 10.01.2020 р.). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/refinance/>.

УДК 331.101.39/331.108.37

КОМПЕТЕНЦІЇ СПІВРОБІТНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО ЗДАТНОСТІ ДО СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДКРИТИХ ІННОВАЦІЙ

Марина Мельник

*Інститут надтвердих матеріалів імені В. М. Бакуля НАН України,
Київський академічний університет, Київ, Україна*

Резюме. Запропоновано методичний підхід оцінювання інноваційних компетенцій співробітників щодо здатності створювати та впроваджувати відкриті інновації. Запропонований методичний підхід базується на побудові моделі компетенцій співробітників, що включає 14 компетенцій, які характеризують необхідні знання та навички, які повинні мати співробітники підприємства для впровадження відкритих інновацій. Методичний підхід формування моделі компетенцій співробітників включає: аналіз поточного стану, формування та впровадження моделі компетенцій співробітників. Апробацію запропонованого методичного підходу проведено шляхом анкетного дослідження та оцінювання форм проявів компетенцій для фокус-груп співробітників 40 підприємств різного типу (14 наукових організацій НАН України та 26 підприємств малого та середнього бізнесу України). Результати оцінювання компетенцій фокус-груп співробітників підприємств показали: знання, навички та здібності, що відносяться до теоретичних знань створення інновацій у співробітників підприємств мають вищий рівень, ніж спеціалізовані знання, навички та здібності співробітників підприємств, що відносяться до практичних дій. Практичні навички персоналу з впровадження інновацій знаходяться нижче середнього рівня та потребують додаткового навчання співробітників у рамках спеціалізованих тренінг-семінарів. Середній рівень компетенцій співробітників підприємств, щодо створення відкритих інновацій становить – 62,3%. Персонал, володіючи високими мотиваційними, професійними, інтелектуальними навичками, має суттєві прогалини із аналізу ринку, доведення інновацій до ринку, взаємодії із зовнішніми учасниками та системній подачі/підготовці інноваційних проектів. Лише невелика частина досліджених співробітників підприємств мали високий рівень компетенцій, щодо впровадження інновацій за рахунок більшої орієнтації на споживачів ринків.

Ключові слова: компетенції співробітників, відкриті інновації.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.056

Отримано 03.04.2020

UDC 331.101.39/331.108.37

ENTERPRISE EMPLOYEES COMPETENCES CONCERNING THE ABILITIES FOR OPEN INNOVATIONS CREATION AND IMPLEMENTATION

Maryna Melnyk

*V. Bakul Institute for Superhard materials NAS Ukraine,
Kyiv Avademic Uniwersity, Kyiv, Ukraine*

Summary. Methodical approach for assessing employees' innovative competencies concerning the ability to create and implement the open innovations is proposed. The proposed methodological approach is based on creation the employees competencies model, which includes 14 competencies characterizing required knowledge and skills the enterprise employees should posses in order to implement the open innovations. The methodological approach of creation the employees competencies model includes: analysis of the current state; creation of the

employee competencies model; implementation of employees competencies model. Testing of the proposed methodological approach is carried out by questionnaire survey and evaluation the forms of competencies manifestations for focal groups of employees at 40 enterprises of different types (14 scientific organizations of NAS Ukraine and 26 enterprises of small and medium business of Ukraine). The results of competencies assessment for enterprise employees focus groups prove that: knowledge, skills and abilities related to theoretical knowledge of innovations creation for enterprise employees are higher than specialized knowledge, skills and abilities of enterprise employees related to practical actions. Thus, practical staff skills for innovations implementation are below the average level and require additional staff training due to the specialized training seminars. The average level of enterprises employees competencies for open innovations creation is 62.3%. The staff, possessing high motivational, professional, intellectual skills, has significant gaps in the knowledge of market analysis, bringing innovations to the market, interaction with external participants and systematic submission/development of innovative projects. And, just a small part of the surveyed enterprises employees posses high competencies level concerning innovations implementation due to greater focus on consumers markets.

Key words: *employees competencies, open innovations.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.056

Received 03.04.2020

Постановка проблеми. В умовах зростання вимог до конкурентоздатності продукції, створення та впровадження відкритих інновацій надає підприємствам нові можливості формування доданої вартості, підвищення якості продукції та можливості пришвидшити вихід інновацій на нові та існуючі ринки. Ефективне застосування відкритих інновацій передбачає залучення широкого кола зовнішніх учасників для створення та впровадження інновацій, тому, співробітники підприємств повинні володіти відповідними інноваційними компетенціями для того, щоб здійснити таке співробітництво. Оцінювання компетенцій співробітників підприємств щодо застосування та впровадження відкритих інновацій набуває особливої важливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку методичних підходів визначення та оцінювання інноваційних компетенцій співробітників підприємств досліджували закордонні та вітчизняні науковці, а саме: Х. Форсман, С. Аппельбаум, В. Рейхарт, А. П. Ісаєв, Р. Бін, Р. Радфорд, Шавкатжон Каххаров, Ю. О. Нікітін та інші.

Існуючі підходи визначення інноваційних компетенцій співробітників обґрунтовують необхідність оцінювання компетенцій щодо створення успішних інновацій [1], здатності виробляти нове [2], можливості застосування у різних видах діяльності підприємства [3] та інноваційному процесі підприємства [4]. Загально визначено, що модель інноваційних компетенцій співробітників підприємства повинна включати в себе не більше 10–12 позицій, бо якщо їх буде більше, то модель компетенцій буде складною у застосуванні [6, 7]. Але запропоновані підходи визначення необхідних компетенцій потребують перегляду та адаптації для визначення переліку та опису «типових» компетенцій, щодо застосування відкритих інновацій та розроблення методичного підходу їх оцінювання.

Не дивлячись на те, що дослідженням компетенцій співробітників підприємств присвячено багато наукових праць, нині відсутнє розуміння уніфікованих та типових компетенцій співробітників підприємств, щодо створення та впровадження відкритих інновацій. Тому розроблення методичного підходу визначення та оцінювання компетенцій співробітників підприємств, що характеризують здатність співробітників до ефективного створення та впровадження відкритих інновацій є вкрай актуальною проблемою, що потребує вирішення.

Метою дослідження є розроблення методичних рекомендацій оцінювання інноваційних компетенцій персоналу підприємств щодо створення та впровадження відкритих інновацій.

Постановка завдання. Для досягнення окресленої мети потрібно провести дослідження, щодо розроблення та апробації методичного підходу визначення та

оцінювання компетенцій співробітників підприємств, щодо створення та впровадження відкритих інновацій.

Виклад основного матеріалу. Методичний підхід дослідження компетенцій співробітників, щодо впровадження відкритих інновацій базується на використанні методології «open innovation company» (OIC) [6], визначенні переліку та оцінюванні компетенцій співробітників із урахуванням методології «Six Global Cooperation» [5]. На основі аналізу існуючих підходів застосовано методичний підхід формування моделі компетенцій співробітників, щодо застосування відкритих інновацій, який включає наступні етапи:

1. *Аналіз поточного стану:*
 - організації інноваційної діяльності співробітників підприємства;
 - планування і застосування відкритих інновацій;
 - формування групи впровадження відкритих інновацій.
2. *Формування моделі компетенцій співробітників:*
 - вибір методів збору і аналізу інформації, даних;
 - формування форм та анкет опитування;
 - збір інформації, даних;
 - оброблення даних та отримання результатів;
 - формування моделі компетенцій співробітників;
 - презентація розробленої моделі компетенцій співробітників керівництву;
 - при необхідності, проводиться її коригування, доопрацювання, узгодження з керівництвом та підготовка до застосування.
3. *Впровадження моделі компетенцій співробітників:*
 - запуск моделі компетенцій співробітників, щодо застосування відкритих інновацій з описом профілю компетенцій, індикаторами їх прояву та рівнем необхідного володіння відбувається у тісній співпраці та підтримці групи впровадження;
 - проведення оцінювання компетенцій співробітників, щодо впровадження відкритих інновацій та прийняття рішень про способи розвитку необхідних компетенцій;
 - застосування інструментів розвитку компетенцій співробітників, щодо впровадження відкритих інновацій до рівня, згідно моделі компетенцій;
 - навчання співробітників необхідним компетенціям та проведення повторного оцінювання з метою визначення результатів навчання;
 - оцінювання ефективності роботи моделі компетенцій співробітників, щодо впровадження відкритих інновацій.

Методика анкетного дослідження включала опитування та оцінювання компетенцій, які повинні мати співробітники підприємства для впровадження відкритих інновацій. У процесі анкетного дослідження персоналу підприємств (наукових організацій та підприємств малого та середнього бізнесу) було запропоновано заповнити анкету-опитування, що складалася із питань, відповідно формам прояву компетенцій (таблиця 1).

Таблиця 1. Компетенції співробітників щодо впровадження відкритих інновацій

Table 1. Employees competencies concerning open innovations implementation

№	Компетенції	Форма прояву компетенцій
1	2	3
1	Знання та здатність до генерування інноваційних проєктів	Наявність знань для створення інновацій
		Здатність генерувати інноваційні та проєктні ідеї
2	Знання та навички щодо створення та доведення інновацій до ринку	Участь у створенні та супроводженні спільних інновацій на ринок
		Участь у створенні інноваційних проєктів

End of table 1

1	2	3
3	Комунікативні навички щодо пошуку та залучення учасників до спільного інноваційного процесу, обміну знаннями між ними	Комунікативні навички щодо залучення нових учасників до спільного інноваційного процесу
		Обмін знаннями з замовниками (ринком), постачальниками та ін. при втіленні інновацій
		Користування електронними мережами для підвищення ефективності ведення проектної діяльності, залучення нових знань та учасників
		Участь у інформаційних брифінгах, мозкових штурмах щодо інноваційного розвитку
		Залучення мас-медіа до інноваційної діяльності
4	Управлінські знання та навички щодо створення та супроводження інноваційного процесу, командної роботи	Управлінські навички до створення та супроводження інноваційного процесу
		Уміння працювати як в існуючих, так і в новостворених командах
5	Постійне підвищення професійних та власних знань щодо проектної діяльності	Участь у постійному навчанні
		Здатність до проектної діяльності: написання проектних заявок, пошук партнерів
		Прагнення до постійного професійного зростання
6	Знання та навички залучення ресурсів до інноваційної та проектної діяльності	Залучення додаткових ресурсів до інноваційної та проектної діяльності
		Інноваційна та проектна активність персоналу
7	Швидка реакція на зміни, стресостійкість, адаптивне мислення	Спосіб мислення персоналу
		Здатність до змін, реакція на зміни у структурі та шляху компанії
		Стресостійкість
8	Мотивація щодо самостійного прийняття рішень та відповідальності за втілення цих рішень	Самостійне прийняття рішення персоналом та відповідальність за результат виконаної роботи
9	Знання та навички пошуку партнерів, побудови консорціуму для реалізації інноваційних проектів	Самостійний пошук персоналом партнерів до написання та реалізації інноваційних проектів
10	Знання та навички системної підготовки та подавання проектних пропозицій до міжнародних фондів	Системна підготовка та подавання проектних пропозицій до міжнародних фондів
		Наявність персоналу, що готує та управляє інноваційними та міжнародними проектами
11	Знання та навички проведення ринкових досліджень та адаптації інноваційної діяльності компанії до змін на ринку	Оцінювання персоналом сучасного стану ринку, адаптація діяльності до змін на ринку
12	Самооцінювання інноваційних розроблень, пошук шляхів доведено від ідеї до ринку	Пошук і реалізація шляху практичного втілення власних інноваційних наукових розробок
		Оцінювання персонального вкладу співробітників в інноваційну та проектну діяльність
13	Знання та навички аналізу інноваційної діяльності компанії та коригування робочих планів щодо проектної діяльності	Аналіз результатів діяльності з коригуванням робочих планів щодо проектної діяльності
		Рівень підтримки топ-менеджменту компанії інноваційної та проектної діяльності
14	Знання та навички топ-менеджменту компанії щодо стимулювання інноваційної та проектної діяльності персоналу	Програми стимулювання інноваційної та проектної діяльності персоналу
		Стимулювання створення інновацій, проектів

Кожне із питань оцінювали за 10-ти бальною шкалою, де 1 – це низький рівень компетенцій, 10 – високий.

Запропонований методичний підхід було застосовано для оцінювання компетенцій фокус-груп співробітників 40 підприємств різного типу (14 наукових організацій НАНУ та 26 підприємств малого та середнього бізнесу України). Результати узагальненого оцінювання компетенцій фокус-груп співробітників підприємств зображено на рисунку 1.

Встановлено, що знання, навички та здібності, що відносяться до *теоретичних знань* для створення інновацій у співробітників підприємств мають високий рівень, а саме:

- Знання та здібності до генерування інноваційних проектів;
- Знання та навички щодо створення та доведення інновацій до ринку;
- Управлінські знання, навички та здібності, стосовно створення та супроводження інноваційного процесу, командної роботи;
- Постійне підвищення професійних та власних знань щодо проектної діяльності;
- Знання та навички залучення ресурсів стосовно інноваційної та проектної діяльності;
- Швидка реакція на зміни, стресостійкість, адаптивне мислення;
- Мотивація до самостійного прийняття рішень та відповідальності за втілення цих рішень;
- Знання та навички аналізу інноваційної діяльності підприємства з коригуванням робочих планів відносно проектної діяльності.

Проте спеціалізовані знання, навички та здібності співробітників підприємств, що відносяться до *практичних* дій впровадження інновацій знаходяться нижче середнього рівня та потребують додаткового навчання співробітників у рамках спеціалізованих тренінг-семінарів, що підвищують:

- Комунікативні навички та здібності, щодо пошуку та залучення учасників до спільного інноваційного процесу, обміну знаннями між ними;
- Знання, навички та здібності пошуку партнерів, побудови консорціуму для реалізації інноваційних проектів;
- Знання, навички та здібності системної підготовки та подачі проектних пропозицій до міжнародних фондів;
- Знання, навички та здібності проведення ринкових досліджень та адаптації інноваційної діяльності підприємства до змін на ринку;
- Самооцінювання інноваційних розробок, пошук шляхів доведення від ідеї до ринку;
- Знання та навички топ-менеджменту компанії відносно стимулювання інноваційної та проектної діяльності співробітників підприємства.

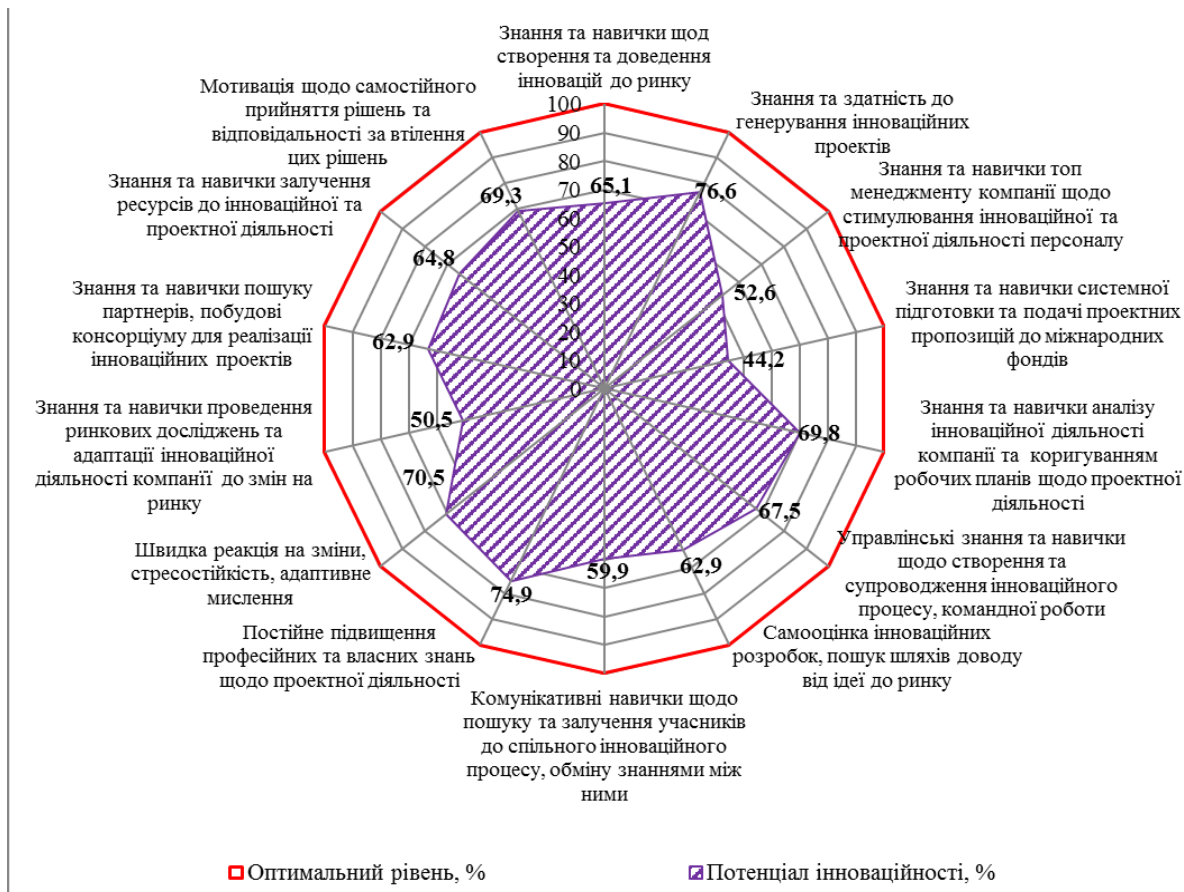


Рисунок 1. Узагальнене оцінювання компетенцій співробітників 40 підприємств України щодо створення та впровадження відкритих інновацій

Figure1. Generalized assessment of employees competencies at 40 enterprises of Ukraine concerning open innovations creation and implementation

Так, компетенції співробітників підприємств, щодо створення та впровадження відкритих інновацій мають середній рівень – 62,3%. Проте, маючи високі мотиваційні, професійні, інтелектуальні навички, у співробітників є суттєві прогалини із аналізу ринку, доведення інновацій до ринку, взаємодії із зовнішніми учасниками та системній подачі/підготовці інноваційних проектів.

Встановлено, що за наявності компетенцій для створення інновацій, співробітники підприємств мають рівень вище середнього, проте для практичних дій, відносно впровадження інновацій, компетенції співробітників підприємств мають рівень нижче середнього. Тільки невелика частина досліджених співробітників підприємств мали високий рівень компетенцій стосовно впровадження інновацій, за рахунок більшої орієнтації на споживачів ринків.

Висновки. Запропоновано методичний підхід оцінювання компетенцій співробітників підприємств, щодо створення та впровадження відкритих інновацій, який включає аналіз організації, інноваційної діяльності підприємства; формування, впровадження та оцінювання моделі компетенцій співробітників, що характеризують здатність співробітників до ефективного створення та впровадження відкритих інновацій.

Встановлено середній рівень оцінок 63,7% компетенцій співробітників 40 підприємств (14 наукових організацій НАН України, та 26 підприємств малого та

середнього бізнесу України), щодо створення та впровадження відкритих інновацій. Виявлено, що за наявністю компетенцій для створення інновацій співробітники підприємств мають вищі показники, проте для практичних дій відносно впровадження інновацій, компетенції співробітників є нижче середнього. Лише невелика частина досліджених співробітників підприємств мали високий рівень компетенцій, щодо впровадження інновацій за рахунок більшої орієнтації на споживачів ринків.

Conclusions. The methodological approach for assessment the enterprises employees competencies concerning open innovations creation and introduction is proposed. It includes analysis of organization, innovative activity of the enterprise; formation, implementation and evaluation of the employees competencies models characterizing employees ability for effective creation and implementation of open innovation. The average level of assessments of the employees competencies at 40 enterprises (14 scientific organizations of NAS Ukraine, and 26 enterprises of small and medium-sized business of Ukraine), concerning open innovations creation and implementation is 63.7%. It is determined that in case when the enterprises employees possess competencies for innovations creation, the indicators are higher, but for practical actions concerning the innovations implementation, the enterprise employees competencies are level below the average level. Only a small part of the surveyed enterprises employees possess high level of competencies concerning innovations implementation due to greater focus on consumer markets.

Список використаної літератури

1. Forsman H. P-K Yritykset innovaattoreina: satunnaisia parannuksia kohti innovaatioiden virta. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/8c49/24af4eb877a6371ccd123bc8d9b61ee9ffe2.pdf?_ga=2.48274021.259333059.1578070158-260550722.1578070158.
2. Appelbaum S. H., Reichart W. How to Measure an Organization's Learning Ability: A Learning Orientation. Part 1. /Journal of Workplace Learning. 1997. Vol. 9. No. 7. P. 225–238. <https://doi.org/10.1108/13665629710190031>
3. Исаев А. П. Составляющие управленческого профессионализма. Вестник УГТУ–УПИ. Серия экономика и управление. 2007. № 4. С. 4–10. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/53177>.
4. Bean R., Radford R. The Business of Innovation Managing the corporate imagination for maximum results. AMACOM. 2002. URL: <https://www.amazon.com/Business-Innovation-Managing-Corporate-Imagination/dp/0814406319>.
5. Шавкатжон Каххаров Подходы к оценке инновационный потенциал персонала. Европейский опыт в России. URL: <http://www.cnt-consult.ru/russia/service/press/S.%20Kachcharov%20How%20to%20Asses%20the%20Potential%20for%20Innovation%202012.pdf>.
6. Нікітін Ю. О., Рукас-Пасічнюк В. Г., Мельник М. В. Модель корпоративних компетенцій як HR-інструмент інноваційного розвитку наукової організації. Інноваційна економіка. 2016. № 1. С. 77–83.
7. Нікітін Ю. О., Мельник М. В., Хвалінський С. О. Інноваційні компетенції наукових співробітників як інструмент інноваційної політики та зростання наукових організацій України. Трансформація зовнішньої політики України в умовах нестабільності: зб. матеріалів наук.-практ. конф. (м. Київ, 31 березня 2016 р.). Київ: Знання України. 2016. С. 45–48.

References

1. Forsman H. P-K Yritykset innovaattoreina: Satunnaisia parannuksia kohti innovaatioiden virtaa. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/8c49/24af4eb877a6371ccd123bc8d9b61ee9ffe2.pdf?_ga=2.48274021.259333059.1578070158-260550722.1578070158.
2. Appelbaum S. H., Reichart W. How to Measure an Organization's Learning Ability: A Learning Orientation: Part 1. Journal of Workplace Learning. 1997. Vol. 9. No. 7. P. 225–238. <https://doi.org/10.1108/13665629710190031>

3. Isaev A. P. Sostavlyayushchie upravlencheskogo professionalizma. Components of managerial professionalism. Vestnik UGTU–UPI. Seriya ekonomika i upravlenie. Bulletin of UFU – UPI. Economics and Management Series. 2007. № 4. P. 4–10. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/53177>.
4. Bean R., Radford R. The Business of Innovation Managing the corporate imagination for maximum results. AMACOM. URL: <https://www.amazon.com/Business-Innovation-Managing-Corporate-Imagination/dp/0814406319>.
5. Shavkatzhon Kakhkharov Podkhody k otsenke innovatsionnyy potentsial personala. Yevropeyskiy opyt v Rossii. Approaches to assessing the innovative potential of staff. European experience in Russia. URL: <http://www.cnt-consult.ru/russia/service/press/S.%20Kachcharov%20How%20to%20Asses%20the%20Potential%20for%20Innovation%202012.pdf>.
6. Nikitin Ju. O., Rukas-Pasichnjuk V. Gh., Meljnyk M. V. Modelj korporatyvnykh kompetencij jak HR-instrument innovacijnogho rozvytku naukovoji orghanizaciji. Model of corporate competencies as HR-tool of innovative development of scientific organization. Innovacijna ekonomika. 2016. № 1. P. 77–83.
7. Nikitin Ju. O., Meljnyk M. V., Khvalinsjkyj S. O. Innovacijni kompetenciji naukovykh spivrobitnykiv jak instrument innovacijnoji polityky ta zrostannja naukovykh orghanizacij Ukrajiny. Innovative competencies of researchers as an instrument of innovation policy and growth of scientific organizations of Ukraine. Proceedings of the Transformacija zovnishnjoji polityky Ukrajiny v umovakh nestabiljnosti, Kiev: Znannja Ukrajiny, 2016. P. 45–48.

УДК 339.12: 338.48

ПОЛІТИКА ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ: ДОСВІД КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Ольга Ніколайчук

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, Кривий Ріг, Україна*

Резюме. Досвід багатьох країн, які успішно працюють у галузі туризму, показує, що особливе значення має використання технологій брендингу в туристичній галузі, які дають можливість ідентифікувати країну та визначити її серед інших таких суб'єктів. Водночас зростання позитивного іміджу туристичного бренду країни впливає на економічний розвиток, збільшує валютні надходження та інвестиції, сприяє просуванню товарів на міжнародні ринки та підвищує привабливість країни в цілому. Розглянуто особливості політики брендингу туризму в деяких країнах Центральної та Східної Європи, включаючи Чехію, Польщу, Словаччину, Угорщину та Болгарію. Проаналізовано повноваження органів державної влади щодо регулювання туристичної сфери в аналізованих державах. Розглянуто ключові маркетингові заходи для позиціонування та просування національного туристичного продукту, визначено ефективні засоби просування на міжнародному туристичному ринку. Проаналізовано показники ефективності державного туристичного брендингу країн: показники в'їзного туристичного потоку, доходи країни від міжнародного туризму та середні туристичні витрати, індекс конкурентоспроможності туризму та подорожей. Вивчення політики брендингу в галузі туризму окремих країн Центральної та Східної Європи довело свою різну активність. Успішнішою була брендова політика в Польщі, яка підтверджує показники міжнародного туризму та позицію в рейтингу конкурентоспроможності туризму та подорожей. Незважаючи на досить активну політику Чехії та Угорщини, спостерігалось зниження їх туристичної привабливості. Для Словаччини та Болгарії бракувало чітко впізнаного іміджу країн як туристичного напрямку. Вивчення досвіду країн Центрально-Східної Європи підтверджує необхідність виконання функції просування національного туристичного продукту, проведенню та підтримки рекламної кампанії країни на державному рівні.

Ключові слова: туристичний бренд країни, брендинг, європейський досвід, туристична політика, національний туристичний продукт.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.064

Отримано 09.04.2020

UDC 339.12: 338.48

TOURIST BRANDING POLICY FOR PROMOTING NATIONAL TOURIST PRODUCTS: CENTRAL EAST EUROPEAN COUNTRIES EXPERIENCE

Olha Nikolaichuk

*Donetsk National University of Economics and Trade named
after M. Tugan-Baranovsky, Kryvyi Rih, Ukraine*

Summary. The experience of many countries successfully operating in tourism shows that branding technologies use in tourism sector, which make it possible to identify the country and define it among the other entities is of great importance. At the same time, the growth of the positive image of the country's tourism brand affects the economic development, increases foreign exchange earnings and investments, benefits to the promotion

of goods in the international markets and increases the country attractiveness as a whole. The objective of the paper is to evaluate the effectiveness of the tourism branding policy in Central and Eastern Europe. The features of tourism branding policy in certain countries of Central and Eastern Europe, including the Czech Republic, Poland, Slovakia, Hungary and Bulgaria, are considered. The state power authority concerning tourism sphere regulation in the investigated countries is analyzed. The key marketing measures for national tourism product positioning and promotion are considered, effective methods of promotion in the international tourism market are identified. Indicators of the effectiveness of the countries state tourism branding are analyzed: indicators of inbound tourist flow, country's income from international tourism and average tourist expenditures, competitiveness index of tourism and travelling. The investigation of the tourism branding policy of individual countries of Central and Eastern Europe proved their different activity. The most successful is branding policy in Poland, confirmed by the indicators of international tourism and the position in the tourism and travelling competitiveness ranking. Despite rather active policy of Czech Republic and Hungary, the decrease in their tourist attractiveness is observed. As for Slovakia and Bulgaria, there is a lack of clearly recognizable image of countries as the tourist destination. The investigation of Central and Eastern European countries experience confirms the need to execute the function of national tourist product promotion, to conduct and support the country's advertising campaign at the state level.

Key words: country's tourism brand, European branding experience, tourism policy, national tourism product.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.064

Received 09.04.2020

Постановка проблеми. В сучасних умовах глобалізації міжнародний туристичний ринок є майданчиком жорсткої конкурентної боротьби за увагу та довіру туристів. Досвід багатьох успішних у туризмі країн свідчить, що особливого значення набуває використання технологій брендингу в туристичній сфері, що дають можливість зробити країну впізнаною та ідентифікувати її серед інших подібних суб'єктів. Водночас зростання позитивного іміджу туристичного бренду країни впливає на економічний розвиток, збільшує валютні надходження та інвестиції, полегшує просування товарів на міжнародні ринки та підвищує привабливість країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань сутності та управління процесами формування і розвитку бренду країни в системі міжнародного туризму присвячені дослідження багатьох науковців. Серед них Анхольта С., Ахеліса Т., Басюк Д., Важеніна І., Гудзь М., Гонта О., Джанджугазова О., Дянкова Т., Крастева В., Янчева К., Котова Н., Міхана Т., Кодлюк М., Музиченко-Козловська О., Нескоромна О., Пашкова Г., Полішка Г., Семенова В., Терещук М. та ін. Дослідженню зарубіжного досвіду розвитку туризму присвячено праці Я. Віхляєвої, С. Галасюка, В. Герасименка, Г. Горбань, Р. Корсака, В. Фуртія, М. Мальської, Ю. Мігушенка, В. Стойка та ін.

Незважаючи на наявні теоретичні дослідження, практичні аспекти застосування туристичного брендингу залишаються недостатньо вивченими. В наявних наукових працях недостатньо приділяється уваги вивченню передового досвіду туристичного брендингу в посткомуністичних країнах з метою його адаптації до використання в українських умовах, що актуалізує проведення даного дослідження.

Метою статті є оцінювання ефективності політики брендингу туризму в Центральній та Східній Європі.

Виклад основного матеріалу. В умовах євроінтеграції України особливий інтерес викликає досвід посткомуністичних країн Центрально-Східної Європи, які мають дуже наближені до українських геополітичні, природні, демографічні, соціально-економічні, культурні умови. Окремі країни – Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина і Болгарія після розпаду комуністичної системи мали проблеми з низькою конкурентоспроможністю національного туристичного продукту на європейському туристичному ринку, але змогли зробити успішні кроки для формування та просування туристичного бренду.

За дослідженнями шотландського дослідника Д. Холла, в Центральній і Східній Європі практика брендингу дестинацій мали три ключові проблеми: відсутність

належного фінансування для підтримки відповідних маркетингових кампаній; тиск на фахівців з брендингу туризму для забезпечення короткотермінових результатів; складність розроблення узгодженого бренда для дестинації, яка складається з великої кількості продуктів та середовищ [1].

В аналізованих європейських країнах були створені спеціалізовані державні структури для управління туристичною індустрією та туристичним брендингом. В усіх державах, за виключенням Болгарії, структури щодо управління туризмом підпорядковані профільному міністерству: Угорське агентство з туризму при Міністерстві національного розвитку; Департамент туризму, який підпорядкований Міністерству розвитку Польщі, Управління по туризму при Міністерстві регіонального розвитку в Чехії, Департамент туризму, що підпорядковане Міністерству транспорту та будівництва Словаччини. В Болгарії створене спеціалізоване міністерство з туризму. Головними завданнями визначених структур є управління туризмом, успішна презентація держави на вітчизняному і закордонних ринках, координація маркетингу туризму, збільшення лояльності до національного туристичного бренду тощо.

Окрім того, в усіх країнах створені окремі спеціалізовані структури в галузі туризму. Так, в Чехії та Словаччині сформовані конвенційні бюро для просування конгресного туризму. В Чехії функціонує Інститут туризму, що здійснює моніторинг розвитку та тенденцій туризму в Чехії та за кордоном, співпрацює з науковою сферою та оцінює ефективність та внесок Агентства для розвитку туризму в Чехії. В Болгарії працює Національна туристична рада, яка опікується питаннями туристичного маркетингу, реклами та оцінювання ефективності рекламних проєктів, наданням рекомендацій щодо розроблених концепцій та програм для розвитку туризму. Національний туристичний інформаційний центр Угорщини займається питаннями моніторингу показників для сектора розміщення, плануванням стратегій, розробок і кампаній, спрямованих на конкурентоспроможність галузі, вимір їх ефективності.

Яскравим прикладом країн, які проводять успішну діяльність по рекламуванню національного туристичного продукту, є сусідня з Україною Польща. В Польщі проводяться активні маркетингові кампанії для її просування, які є прикладом кращих світових практик. Провідну роль у просуванні та розвитку польського туристичного продукту через його рекламування належить спеціальній державній установі – Польській організації туристичній [2]. Організація має свої представництва в 14 країнах світу, які залучаються до організації різних заходів у сфері туризму, здійснюють моніторинг ринків певних країн відповідно до власного розташування, проведення рекламних кампаній та заохочення потенційних партнерів до співпраці. Польська Туристична Організація організовує численні рекламні заходи, семінари, тренінги, друкує рекламні публікації про Польщу, пропагує активний, діловий, спа-туризм, туристичні цінності міст і регіонів, включаючи пам'ятники ЮНЕСКО [2].

Дуже вдалою для зміцнення іміджу Польщі стала рекламна кампанія РОТ 2005 року під назвою «Залишаюся в Польщі», коли було поширено плакати із зображенням молодого сантехніка з надписом «Залишаюся в Польщі, приїздіть до нас». Це допомогло змінити уявлення про Польщу як країну малокваліфікованої робочої сили. Наступний рекламний плакат уже містив зображення дівчини-польки в одязі медичної сестри із закликом приїздити на лікування в польські санаторії. Ця рекламна кампанія мала великий успіх серед європейців і забезпечила зростання притоку іноземних туристів до Польщі [3].

У 2009 р. РОТ розробив рекламний слоган (ним став слоган «Polska. Move your imagination») та систему візуальної ідентифікації Польщі – колаж з візуальних тем та іконок, пов'язаних з Польщею і її культурою. Завданням цього коллажу – показати

різноманіття і привабливість польської спадщини з різних точок зору, як в сучасному стилі, так, і в старих традиціях народного мистецтва [2].

Багато заходів щодо розвитку туризму були софінансовані з фондів ЄС. Більша частка коштів була витрачена на транспортну інфраструктуру: будівництво швидкісних доріг та автомагістралей, залізничних колій. Були відновлені історичні будівлі, спортивні споруди, побудовані науково-технічні парки та очисні споруди. Цікавий приклад туристичного атракціону, що профінансований за кошти ЄС є адаптація до туризму – печери Гроти Нагоржицькі, які показують те, що залишилося від піщаної шахти, розташованої біля склозаводу [4].

Однією з успішніших проєктів розвитку туризму, що профінансовані коштами ЄС, став головний польський туристичний маркетинговий проєкт «Promujmy Polskę Razem». Він був розроблений з урахуванням головних положень Маркетингових стратегій Польщі в секторі туризму на 2008–2015 рр. та 2012–2020 рр., реалізувався протягом 2008–2015 рр. та мав бюджет 48 млн. євро. Метою проєкту виступали: підтримка та посилення рекламної діяльності Польщі у співпраці з усіма організаціями, які займаються просуванням країни в світі, підвищення ефективності маркетингових заходів для просування польського туризму, збільшення іноземних туристів та їх витрат у Польщі, продовження туристичного сезону в країні. Для збільшення динаміки внутрішнього туризму були проведені заходи, спрямовані на студентів, сім'ї з дітьми, компанії друзів та власників або менеджерів визначних пам'яток та атракцій з метою підвищення обізнаності поляків про визначні туристичні пам'ятки у власній країні. На закордонному ринку рекламно-інформаційні заходи спрямовані на туристів, туристичні компанії, організаторів MICE-туризму, лідерів громадської думки та журналістів і мають на меті створення іміджу Польщі. На основі проєкту було проведено 4 потужні рекламні кампанії на обраних ринках: «Курс Шопен», «Feel invited», «Come and find your story» та «Move Your Imagination» [2].

У 2012 році був запущений проєкт «Мені подобається Польща!», метою якого було підвищення конкурентоспроможності Польщі на азійських ринках – Китаю, Індії та Японії. Реалізація проєкту спрямована на підвищення прибутків і витрат іноземних туристів з цих країн. Програма була софінансована коштами ЄС та мала бюджет 50 млн. злотих. У рамках співпраці з ЄС в 2010–2012 рр. був реалізований проєкт «Просування Східної Польщі» з бюджетом 23,9 млн. злотих та спрямований на підвищення зацікавленості до туристичної пропозиції п'яти воєводств східної Польщі з орієнтацією на вітчизняних (в тому числі жителів Східної Польщі) і іноземних туристів (Німеччина, Україна) [2].

З метою поляризації сільського туризму реалізується програма «Виявлення, поширення і просування передового досвіду в туризмі в сільській місцевості – продовження», метою якої є виявлення, поширення і рекомендація передового досвіду в розвитку сільського туризму в Польщі. Вона фінансується Європейським Союзом у рамках підтримки сільських регіонів Європи. В рамках програми в 2018–2019 рр. РОТ проводить конкурс «У селі найкраще», метою якого є виявлення та просування передового досвіду туризму в сільській місцевості. РОТ виступила також розробником програми щодо просування медичних послуг. Програма передбачала фінансування 4,9 млн. злотих та розрахована на 2016–2019 рр [2].

Важливим маркетинговим інструментом для просування національного туристичного продукту є суть в загальноєвропейській програмі EDEN. Так, з 2007 по 2015 рік п'ять польських туристичних напрямків виграли нагороду «EDEN» від ЄС: пташина республіка в Уйсьце-Варти (2009), долина Бебрза та водно-болотні угіддя (2010), Жирардув (2011) – переможець у категорії «Туризм та регенерація фізичних об'єктів», Перемишль (2013) – безбар'єрні умови для використання

туристичних послуг інвалідами, людьми похилого віку та сім'ями з дітьми, Кулінарний шлях сілезьких смаків (2015), Багатокультурне протікання ріки Буг (2017) – переможець у категорії «Культурний туризм» [5].

Останніми роками за сприянням уряду Польщі було проведено цілу низку успішних програм для просування внутрішнього туризму. Підтвердженням цього є впровадження та реалізація проєкту «Польща: побач більше – вихідні за півціни», що сприяє активізації внутрішнього туризму. Лише в 2017 рік проєктом було охоплено 100 тис. внутрішніх споживачів, що призвело до зростання чисельності внутрішніх туристів та посилило вплив туризму на економіку країни. Ще одне завдання такого роду проєктів – продовження туристичного сезону та промоція туризму на вихідні серед поляків у низький сезон [2].

Для розвитку ділового туризму, за підтримки державного фінансування і Польської асоціації конференцій та конгресів (SKKP) у 2017 році був запущений проєкт «Meet in Poland», завдяки якому в п'яти найбільших польських містах приступили до створення бізнес-туристичної мережі, що об'єднала найбільші MICE-компанії Польщі. Цей проєкт допомагає створенню стійкого іміджу країни як бізнес-майданчика, де можна проводити міжнародні конференції та конгреси найвищого рівня.

«Польські туристичні бренди» – це новий проєкт Міністерства розвитку та Польської туристичної організації, спрямований на створення туристичних регіонів – одиниць, що комплексно керуються розвитком та просуванням туризму на певній території, функціонально пов'язаних один з одним. У рамках проєкту будуть створені умови для співпраці туристичних організацій, органів місцевого самоврядування та суб'єктів туристичної галузі [6].

Важливим інструментом електронного маркетингу для популяризації національного туристичного продукту є створення мобільних електронних додатків до смартфонів та планшетів (Poland.Travel, Thetripplanner, GuideWithMe, MapofPoland, Poland A GuidetoMajorCities, CastlesofPoland, SkiRaport), які одночасно є туристичними путівниками, «планувальниками подорожей» та навігаторами [7].

Прикладом успішного туристичного брендингу є державна туристична політика Чеської Республіки. Головну роль у цьому відіграє чеське управління по туризму CzechTourism – це агенція при Міністерстві регіонального розвитку, метою якого є успішна презентація Чеської Республіки на вітчизняному і зарубіжних ринках [8]. Цілями агенції є зміна сприйняття туризму місцевими мешканцями та збільшення лояльності до бренду «Чеська Республіка» в рамках внутрішнього і в'їзного туризму. Крім столиці країни – Праги, яка має в світі відмінну репутацію, агентство прагне до розкриття потенціалу не настільки відомих серед туристів регіонів Чеської Республіки, сприяючи таким чином регіональному розвитку. Іноземні представництва агентства CzechTourism займаються просуванням і рекламою Чеської Республіки на зарубіжних ринках, створенням позитивного іміджу країни і збільшення кількості зарубіжних гостей. Основними рекламними інструментами філій CzechTourism є кампанії (онлайн, друковані та зовнішні), інформаційно-ознайомчі тури, роуд-шоу, участь у виставках та ярмарках, рекламні міжнародні заходи, організація презентацій та семінарів, співробітництво із закордонними та чеськими суб'єктами, встановлення та розвиток контактів з місцевими організаціями-партнерами [8].

Просуваючи Чехію, Чеська агенція туризму запустила маркетингову кампанію під назвою «Чехія – країна історій», в якій зосереджується увага на відкритті країни через унікальні культурні елементи, гастрономію, традиції та звичаї. Національна туристична політика для періоду 2014–2020 рр. визначена як «Чехія – пункт номер один у серці Європи». Вона спрямована на підвищення конкурентоспроможності туристичного

сектору на національному та регіональному рівнях і підтримку економічних показників розвитку [9].

Для популяризації країни в інтернет-мережі CzechTourism адмініструє кілька спеціалізованих веб-порталів. Серед найважливіших – Kudy z nudy, Czechtourism.com, Czechtourism.cz, The Czech Republic – a Land of Stories та the CzechMobil, орієнтовані на активний туризм [10].

Протягом 2010–2017 рр. у Чехії здійснювалася Національна програма підтримки туризму, що передбачала державну підтримку ряду важливих проєктів. Одна з основних підпрограм «Туризм для всіх» була розпочата в 2010 році, зосереджувалася на створенні нових продуктів для внутрішнього туристичного сектору, включаючи маркетингову підтримку та реалізацію новостворених продуктів (наприклад, доступ для інвалідних візків, дитячі ігрові кімнати, ігрові майданчики, пересувні басейни та облаштування кабінетів для шкільних таборів). В 2011 році було оголошено нову підпрограму «Туризм, доступний для всіх», яка орієнтувалася на реконструкцію та будівництво місць відпочинку, санвузлів для туристів, велосипедистів та мандрівників-інвалідів [9].

Чехія приймала участь у європейському проєкті EDEN та протягом 2007–2009 рр. п'ять чеських напрямків були обрані переможцями: Чеська Швейцарія (2009) – заповідна територія з безліччю чудових природних пам'яток, Бистричко (2010) – мікрорегіон з 34 міст і сіл, Словацько (2011) – переможець у категорії «Туризм та регенерація фізичних місць», Ліпно (2013) – одна з найпривабливіших дестинацій у Чеській Республіці та Єсенік (2015), переможець у категорії «Туризм та місцева гастрономія» з проєктом «Смак Jeseniku» [11].

В 2018 р. з метою святкування 100-річчя Чесько-словацької солідарності Чеська агенція з туризму забезпечила маркетингову підтримку для міжвідомчого урядового проєкту «Коментарі та святкування важливих річниць 2018 року». Словацьчина стала країною-партнером для фестивалю Tourfilm. Також був запущений проєкт «Інтердисциплінарний туристичний продукт». Міждисциплінарний продукт впроваджується як інструмент для довгострокової системної підтримки регіональної співпраці туристичної галузі та суміжних секторів (сільське господарство виробництво невеликого масштабу та інші послуги). У 2018 році були реалізовані експертні роботи, семінари з місцевими акторами, 13 пілотних відео та кампанія з просування місцевих туристичних продуктів [8].

2018 рік став рекордним для туризму в Празі та в Чеській Республіці, яка стала другою найгостиннішою країною в світі. Більше 21,3 млн. осіб відвідали країну в 2018 р. – це вдвічі більше, ніж чеське населення [12].

На 2019–2021 роки запущена програма просування Чехії через кампанію «Як Чехія». Основною комунікаційною темою будуть міста, як ворота до регіонів, на які націлена маркетингова діяльність штабу та закордонних офісів [10].

В Угорщині пройшла повна реорганізація Управління з туризму. Зараз цією галуззю економіки буде займатися Національне агентство з туризму при Міністерстві національного розвитку. Одними з пріоритетних завдань даної структури є координація маркетингу туризму на національному рівні, включаючи розвиток угорської системи брендингу туризму, а також вітчизняної та міжнародної маркетингової та комунікаційної діяльності; розвиток та комунікацію брендового туризму країни, а також розвиток туристичного іміджу та всього іміджу Угорщини [13].

В Угорщині був розроблений план Сечені, в якому на розвиток туризму і реалізацію заходів щодо поліпшення туристичної інфраструктури були виділені 100 млн. євро.

Маючи високі показники розвитку туризму та туристичної привабливості, була запущена програма туристичного брендингу. Основним завданням є розроблення і

створення оновленого туристичного бренду країни, що зробить Угорщину привабливим і бажаним місцем для іноземних і місцевих туристів. Головною метою в міжнародній діяльності є позиціонування Угорщини і самого міжнародного бренду країни – Будапешта, відповідно до його фактичних можливостей в Європі. Структура брендингу підтримує розроблення відповідних пропозицій, орієнтованих на різні сегменти і проведення спеціалізованих маркетингових кампаній на кожному рівні. Важливими рівнями системи бренду зверху вниз є: бренд Угорщини, бренд Будапешта, пріоритетні галузі розвитку туризму, туристичні продукти, окремі постачальники туристичних послуг, пам'ятки і елементи постачання [13].

В 2018 р. Угорське агентство з туризму запустило свою першу комплексну закордонну кампанію в Будапешті, використовуючи онлайн, друковані і телевізійні платформи на основних ринках мовлення в рамках міжнародної кампанії. Основна мета кампанії – виділити місця і види діяльності столиці, які є привабливими для відвідувачів, які відкриті, мотивовані й мають якісний туристичний досвід. Оновлений імідж туризму в Будапешті заснований на концепції «Спеції Європи» в Будапешті, яка виражає те, що гості, які приїжджають сюди, знайдуть все, що типово для класичної європейської столиці: історична спадщина, барвисті культурні пропозиції, першокласна гастрономія і мода. В рамках кампанії Spice of Europe було створено новий туристичний логотип, новий веб-сайт і креативний контент, а також новий іміджевий фільм, що демонструє Будапешт і метафоричну праність столиці [14].

Значним проектом є «Проект розвитку пляжу Балатон», оголошений навесні 2017 року, завдяки якому 55 муніципальних пляжів в 38 селищах на березі озера отримали гранти на суму понад 1,8 мільярда доларів. Програма розвитку туризму в Кісфалуді є найбільшою урядовою програмою розвитку внутрішнього туризму, спрямована на те, щоб до 2030 року Угорщина стала центром туризму в Центральній Європі. Програма спрямована на заохочення організації окремих елементів туристичного досвіду в основних напрямках (розміщення з атракціонами, атракціони один з одним) [13].

Щодо Словаччини, то головною державною структурою в сфері є Департамент туризму, що підпорядковується Міністерству транспорту та будівництва. Його завданнями є підготовка, впровадження та оцінювання стратегічних та концептуальних матеріалів для розвитку туризму в Словацькій Республіці та розроблення пропозицій щодо загальнообов'язкового законодавства, що стосується туризму [15].

У рамках програми «European Quartet – One Melody» здійснювалося координоване просування турпродукту у рамках співпраці центральноєвропейських країн Вишеградської четвірки на світовий ринок за допомогою спільної ініціативи національних туристичних інститутів Словаччини, Польщі, Чехії та Угорщини [16].

Для популяризації країни в інтернет-мережі та внаслідок дотацій з фондів ЄС для проведення маркетингових заходів в 2007 р. було введено в експлуатацію новий Інтернет-портал – <http://www.slovakia.travel>. Це офіційний інформаційний портал про туризм у Словаччині з представленням важливої та загальної інформації про туризм, культурні спільноти, історичні та природні об'єкти (в основному ЮНЕСКО), актуальних туристичних продуктах у Словаччині, а також туристичні карти, фотографії, віртуальні тури [17].

У період 2006–2011 рр. був реалізований Національний проект NUTIS (Національна єдина туристична інформаційна система), за допомогою якої портал інтернет-туризму slovakia.travel. AiCES був головним редактором системи управління контентом, яка складалася з 10 відібраних туристичних інформаційних центрів, що охоплюють 8 регіонів Словаччини. Прагнучи наслідувати приклад Нідерландів, Данії та Німеччини з їх різною кількістю велосипедистів на вулицях міста, в 2014 р.

Словаччина розробила стратегію впровадження конкретних заходів, які популяризуватимуть велосипед і як транспортний засіб, і як спосіб відпочинку [18].

Дослідники відмічають, що в'їзний туризм у Словаччині має значно нижчі валютні надходження в порівнянні з іншими європейськими країнами, хоча країна має особливо відмінні природні і культурно-історичні умови для розвитку туризму та притоку іноземних туристів. Але через нижчий рівень обслуговування туризм не у змозі реалізувати свій потенціал. Для того, щоб досягти вищих темпів зростання Словаччина повинна прийняти і реалізувати комплекс довготермінових і короткотермінових цілей. Водночас визначити ключові ринки, адаптувати турпродукт, стабілізувати ці ринки і отримати нові ринки для турпродуктів, які вже існують.

Питаннями туристичного брендингу в Болгарії займається міністерство з туризму. Підвищення рівня обізнаності про Болгарію як країну багатих можливостей та створення ефективного національного маркетингу, спрямованого на позиціонування та просування Болгарії як цілорічного туристичного напрямку – ось головні цілі даного міністерства [19].

Як свідчать дослідження, перешкоди зі створенням позитивного туристичного іміджу є в Болгарії. У соціалістичний період найважливіша роль літнього морського відпочинку в болгарському туризмі створила образ Болгарії як соціалістичної (або червоної) Рив'єри. У перехідний період (після 1989 року) стереотипні характеристики Болгарії під впливом великої кількості туристичної діяльності мали значні перетворення та свідчать про значну втрату привабливості та престижності. Від минулого образу «Соціалістичної Рив'єри» туристичний імідж Болгарії навіть після її вступу в ЄС набув характеристику «дешевого напрямку» для масового туризму [20]. Необхідність розвитку ідентичного іміджу країни відмічено в «Національній стратегії розвитку туризму Болгарії в 2014–2030 роках» [21].

Ряд дослідників відмічають такі проблеми Болгарії, як відсутність чітко впізнаваного іміджу туристичного напрямку, сильний територіальний дисбаланс й залежність від морського туризму, нерозвиненість інфраструктури всередині країни (аеропорти, дороги, громадський транспорт), недостатньо кваліфікований і навчений персонал; відсутність або тільки початковий етап модернізації та реконструкції більшості існуючих музеїв, галерей, пам'яток [22].

Для підвищення впізнання туристичних районів і залучення іноземних туристів за допомогою грамотного позиціонування в 2015 р прийнята «Концепція туристичного районування Болгарії». На думку профільного міністерства, розуміння особливостей регіону сприяє створенню його неповторного образу і формування унікальної туристичної пропозиції.

Уряд Болгарії активно працює над модернізацією інфраструктури. За даними заступника міністра Болгарії в останні роки збільшення кількості іноземних туристів випереджає зростання можливостей розміщення. Тому проблема збільшення числа готелів є актуальною для Болгарії. При цьому в останні два роки була виявлена нова тенденція – збільшення кількості ночей в 4-х і 5-ти зіркових готелях. З метою регіонального туристичного розвитку у 2015 р. прийнята «Концепція туристичного районування Болгарії», одне із завдань якої є підвищити впізнання туристичних районів і залучити іноземних туристів за допомогою грамотного позиціонування [19]. Даний проєкт спрямований на регіоналізацію національного туристичного маркетингу, що сприятиме можливості задоволення інтересів різних споживачів і зниженню витрат на маркетинг завдяки більш «вузькій» пропозиції. Так, з огляду на те, що японським туристам дуже подобається Фестиваль троянд у Болгарії та інші фестивальні події, а також культурно-історичні місця, зробити наголос саме на ці види туризму, для Росії

підготувати туристичні пропозиції для відпочинку всією сім'єю на узбережжі Чорного моря і в горах Болгарії [22].

Болгарія брала участь у європейському проекті EDEN та протягом 2008–2017 рр. переможцями стали: 2008 р. – Белградчик у категорії «Туризм та місцева нематеріальна спадщина», 2009 р. – Беліца (категорія «Туризм та території, які охороняються»), 2010 р. – Силистра (категорія «Водний туризм»), в 2017 р. переможцем був Ямбол у категорії «Культурний туризм».

Великих успіхів було досягнуто у 2017 р. у поліпшенні зв'язків із сусідніми країнами, що має велике значення для розвитку туризму й транспортного сполучення по Дунаю і Чорному морю. При цьому політика Болгарії спрямована не тільки на сусідній регіон. Активно розвивається співробітництво з перспективним Азіатсько-Тихоокеанським регіоном [19].

Міністерство туризму, для реалізації цифрової рекламної кампанії, запустило портал iLoveBulgaria – міжнародна платформа, розроблена у Великобританії, яка використовує найпередовіші технології, концепції маркетингу та електронної комерції. Це інноваційне рішення об'єднує разом Міністерство туризму, муніципалітети, підприємства, громадян та туристів, забезпечує швидкий та простий інформаційний потік та якість обслуговування за допомогою індивідуальних пропозицій [23].

Показниками ефективності державного туристичного брендингу окремої країни можуть слугувати показники в'їзного туристичного потоку, доходи країни від міжнародного туризму та середні витрати туриста. Результативність туристичної індустрії в досліджуваних країнах значно зросла, про що свідчать дані таблиці 1.

Таблиця 1. Динаміка міжнародного туризму в окремих європейських країнах в 2010–2018 рр.

Table 1. Dynamics of international tourism in certain European countries in 2010–2018

Країна	Міжнародні туристичні прибуття, тис. ос.					Доходи від міжнародного туризму, млн. дол.				
	2010	2016	2017	2018	Δ 2010– 2017, %	2010	2016	2017	2018	Δ 2010– 2018, %
Чеська Республіка	8629	12808	13665	н/д	58,36	7172	6309	6933	7451	3,9
Угорщина	9510	15256	15785	17152	65,98	5628	5664	6170	6930	23,1
Польща	12470	17463	18400	19623	47,55	9576	10977	12772	14042	46,6
Словаччина	5145	7620	н/д	н/д	н/д	2233	2748	2923	3200	43,3
Болгарія	6047	8252	8883	9273	46,90	3407	3634	4045	4512	32,4

Джерело: побудовано автором за даними [24–25].

Source: developed by the author according to [24–25].

Отже, аналіз в'їзного туристичного потоку за 2010–2017 рр. показав зростання прибутків Чехії на 59%, Угорщини – 66%, Польщі – 48%, Болгарії – 47%. Також за всіма досліджуваними країнами зафіксоване зростання доходів від міжнародного туризму. Однак, якщо для Чехії вони за період 2010–2018 рр. зросли незначно – лише на 3,9%, то для інших країн приріст є суттєвим: для Польщі – 46,6%, для Словаччини – 43,3%, для Угорщини – 23,1%, для Болгарії – 32,4%.

Щодо середніх витрат на 1 виїзного туриста у 2010–2018 рр., то дані наведені в таблиці 2. Динаміка середніх витрат на 1 виїзного туриста свідчить, що відбулися значні зміни. Так, якщо в 2010–2011 рр. провідні позиції за розміром витрат займали польські туристи із перевищенням середніх показників майже вдвічі, то в 2012 рр. розбіжність від

середнього значення складала лише 46%. Динаміка середніх витрат на 1 виїзного туриста свідчить, що відбулися значні зміни.

Таблиця 2. Середні витрати на 1 виїзного туриста в окремих європейських країнах в 2010–2018 рр., дол.

Table 2. Average cost per 1 outbound tourist in certain European countries in 2010–2018, USD

Країна	Роки									Δ 2010–2017, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Чеська Республіка	490	910	830	800	910	810	820	800	810	63,3
Угорщина	460	460	390	390	360	290	300	320	310	-30,4
Польща	1210	1340	940	880	860	730	710	740	н/д	-38,8
Словаччина	720	660	800	1100	1030	770	720	620	н/д	-13,9
Болгарія	230	240	250	280	290	240	250	270	280	17,4
Середнє	622	722	642	690	690	568	560	550	467	-11,6

Джерело: побудовано автором за даними [26].

Source: developed by the author according to [26].

Якщо в 2010–2011 рр. провідні позиції за розміром витрат займали польські туристи із перевищенням середніх показників майже вдвічі, то в 2012 рр. розбіжність від середнього значення складала лише 46%. Протягом 2013–2014 рр. найвищі витрати на одного туриста показали словацькі туристи з різницею від середніх значень 50–60%. З 2015 р. максимальними є витрати у чеського туриста з перевищенням на 45% середнього показника. Найнижчими протягом всього періоду залишаються витрати у болгарського туриста: вони складають 33–49% від середнього рівня витрат.

За весь період суттєво збільшилися витрати іноземного туриста в Чехії (63%) та Болгарії (17%). В інших країнах має місце зниження показника, найбільші темпи скорочення зафіксовані в Угорщині (30%) та Польщі (біля 39%).

З метою визначення ефективності туристичного брендингу та позиціонування досліджуваних країн у світі проаналізовано динаміку індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (таблиця 2).

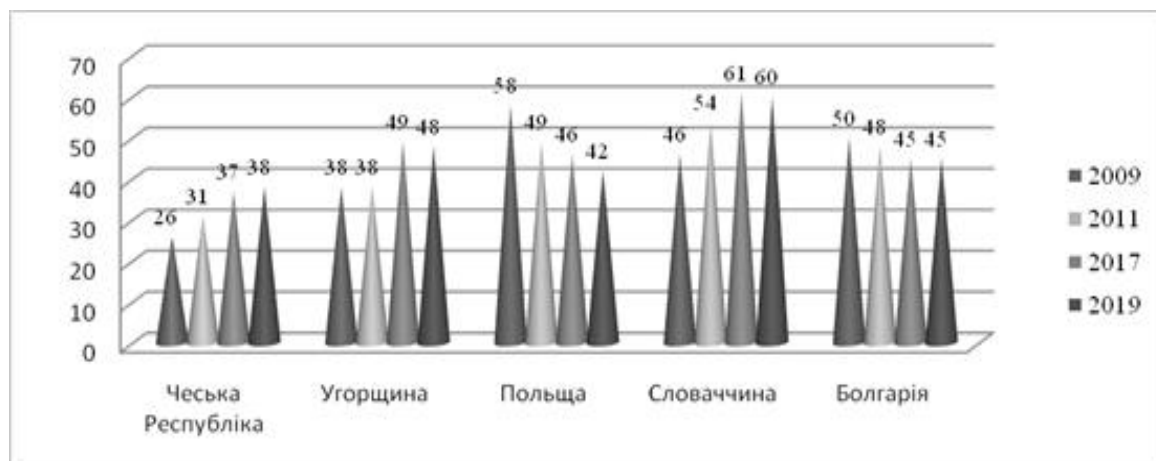


Рисунок 1. Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму в країнах Центрально-Східної Європи в 2009–2019 рр., ранг

Figure 1. Travel and tourism competitiveness index in Central and Eastern Europe 2009–2019, Rank

Джерело: побудовано автором за даними [27–28].

Source: developed by the author according to [27–28].

Значне поліпшення конкурентоспроможності туризму вдалося досягти в Польщі: за рівнем туристичної конкурентоспроможності вона піднялась із 58-го місця 2009 р. до 49-го 2011 р., а у 2018 р. посіла 42-ге місце. Позитивні зміни зафіксовані для Болгарії: в рейтингу вона піднялася з 50 місця в 2011 р. до 45 позиції в 2019 р. Для Чехії, Угорщини та Словаччини ситуація з конкурентоспроможністю подорожей та туризму погіршилася: Чехія змістилася з 26 до 38 місця в 2009–2019 рр., Угорщина втратила 10 позицій та в 2019 р. займає 48 позицію, Словаччина перемістилася з 46 місця на 60 місце.

Висновки. Вивчення політики туристичного брендингу окремих країн Центрально-Східної Європи довело їх різну активність. Найуспішнішою є політика брендингу в Польщі, що підтверджують показники міжнародного туризму та позиції в рейтингу конкурентоспроможності туризму та подорожей. Це доводить зростання рівня визнання країни за кордоном як привабливої для туристів та з конкурентоздатними туристичними продуктами високої якості. Ключовими факторами, що забезпечили такі зміни є комплекс ефективно проведених заходів просування національного туристичного продукту при активній участі державних структур, реалізація проєктів щодо розвитку різних видів туризму, інвестиції в туристичну інфраструктуру з боку держави та ЄС та участь в загальноєвропейських туристичних заходах тощо. Незважаючи на досить активну політику Чехії та Угорщини, у країнах відчувається зниження їх туристичної привабливості, що підтверджується показниками індексу конкурентоспроможності туризму та подорожей, більш низькими в порівнянні з Польщею показниками міжнародних прибуттів та доходів від міжнародного туризму. Щодо Словаччини та Болгарії, було встановлено відсутність чітко впізнаваного іміджу країн як туристичного напрямку, сильний територіальний дисбаланс і залежність від окремих видів туризму, недостатня розвиненість інфраструктури всередині країни, недостатня активність держави щодо реалізації програм підтримки туризму, недостатність фінансування. Таким чином, для Чехії, Угорщини, Словаччини та Болгарії можна констатувати необхідність перегляду ключових засад та методів їх брендингової політики. Проведене нами дослідження підтверджує необхідність проведення та підтримки іміджевої рекламної кампанії країни саме на державному рівні, адже приватний туристичний бізнес зацікавлений у просуванні лише власного туристичного продукту. З метою державної підтримки національного туристичного продукту в досліджуваних європейських країнах зростає роль держави у фінансуванні програм з розвитку різних видів туризму.

Conclusions. The investigation of the tourism branding policy of certain countries in Central and Eastern Europe proved their different activity. The most successful is the branding policy in Poland confirmed by the indicators of international tourism and the position in the tourism and travelling competitiveness ranking. This results in the increase of the country recognition level abroad as attractive to tourists and with competitive high quality tourism products. The key factors providing such changes are the sets of effectively implemented measures concerning the national tourism product promotion with active participation of state structures, the implementation of projects aimed at the development of various types of tourism, investment in tourist infrastructure by the state and the EU and participation in all-European tourist events. Despite rather active policies of Czech Republic and Hungary, there is the decrease in their tourist attractiveness confirmed by the tourism and travelling competitiveness index, which is lower than the international tourist arrivals and revenues from international tourism. As for Slovakia and Bulgaria, there is a lack of clearly recognizable image of countries

as the tourist destination, strong territorial imbalance and dependence on certain types of tourism, insufficient infrastructure development within the country, insufficient state activity in implementing tourism support programs, insufficient funding. Thus, for the Czech Republic, Hungary, Slovakia and Bulgaria we can state the need to review the key principles and methods of their branding policy. Our investigation proves the need to conduct and support the image advertising campaign of the country at the state level, because private tourism business is interested in promoting only their own tourism product. With the aim of the state support for national tourism product in the investigated European countries, the state role in financing programs for the development of various types of tourism is increasing.

Список використаної літератури

1. Hall D. Branding and national identity: the case of Central and Eastern Europe. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / ed. by Nigel Morgan, Annette Pritchard, Roger Pride. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2004. P. 111–127.
2. Polska Organizacja Turystyczna. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/informacje-o-pot>.
3. Горобець В., Дзюбленко І. Діяльність Польської організації туристичної як приклад успішної рекламної кампанії в сфері міжнародного туризму. Драгоманівські історичні студії: збірник наукових праць молодих істориків. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. Вип. 3 (7). С. 180–184. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/16487/1/Dziublenko.pdf>.
4. Nistoreanu B. & Stoian R. Business tourism a means of dynamising the life of local communities. in: Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence, Bucharest, Academy of Economic Studies. 2017. Vol. 1. No. 1. P. 1122–1128. <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0115>
5. European Commission. Eden Destinations. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/poland_en.
6. Polskie marki turystyczne. URL: <https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/idea-projektu>.
7. Google Play. URL: <https://play.google.com/store/search?q=poland&c=apps&hl=ru>.
8. Czech Tourism. URL: <https://www.czechtourism.com/ru/about-czt/>.
9. Ana M. I. Tourism industry in the new member states. Key countries and destinations. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society. 2018. Vol. 13. No. 1. P. 812–830. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0007. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2018-0007>
10. CzechTourism Annual Report 2018. URL: https://czechtourism.cz/getmedia/25c8c440-84a4-413f-bd8e-69a2a6649c89/ENG_vyrocní_zpráva_2018-online-verze.pdf.aspx (дата звернення: 29.12.2019).
11. European Commission. Eden Destinations Czech Republic. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/czech-republic_en.
12. Czech Republic saw record number of tourists in 2018. URL: <https://kafkadesk.org/2019/02/10/czech-republic-saw-record-number-of-tourists-in-2018>.
13. Magyar Turisztikai Ügynökség. URL: <https://mtu.gov.hu/>.
14. A turisztikai ügynökség elindítja első Budapest központú külföldi kampányát. URL: <https://www.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-minisztérium/hirek/a-turisztikai-ugynokseg-elinditja-elso-budapest-kozpontu-kulfoldi-kampanyat>.
15. Ministry of transport and construction of the slovak republic. Tourism. URL: <https://www.mindop.sk/ministry-5191/tourism/tourism>.
16. Кучерова Я. Развитие туризма и туристская политика Словакии. Журнал международного права и международных отношений. 2007. № 3. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/21785>.
17. Корсак Р. В., Фуртій В. Розвиток туризму у Чехії: досвід організації для України (кін. XX ст. поч. XXI ст.). Збірник наукових праць. 2016. Вип. 107 (4). С. 128–131.
18. Уряд Словаччини розробив національну стратегію розвитку велотранспорту та туризму. URL: <http://velotransport.info/?p=35481>.
19. Ministry of tourism of Bulgaria. URL: <http://www.tourism.government.bg/en>.
20. Dyankov T., Krastev V., Yancheva K. Evaluation of brand identity of Bulgaria as a tourist destination. URL: https://www.researchgate.net/publication/324172095_Evaluation_of_brand_identity_of_Bulgaria_as_a_tourist_destination.

21. Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014–2030. URL: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-naturizma-v>.
22. Горбунова О. В. Современное состояние туристического сектора в Болгарии. Вестник университета. 2018. № 4. С. 84–90. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-4-84-90>
23. Member states' annual tourism reporting template. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/29325/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
24. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>.
25. International Tourism Highlights 2019 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.
26. Eurostat. Tourism. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/overview>.
27. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: <https://globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf>.
28. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

References

1. Hall D. Branding and national identity: the case of Central and Eastern Europe Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / ed. by Nigel Morgan, Annette Pritchard, Roger Pride. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2004. P. 111–127.
2. Polska Organizacja Turystyczna. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/informacje-o-pot>.
3. Horobets V., Dziublenko I. Diialnist Polskoi orhanizatsii turystychnoi yak pryklad uspishnoi reklamnoi kampanii v sferi mizhnarodnoho turizmu. The activities of the Polish Tourist Organization as an example of a successful advertising campaign in the field of international tourism. Drahomanivski istorichni studii: zbirnyk naukovykh prats molodykh istorykyv. Drahomanov Historical Studies: a collection of scientific works by young historians. Kyiv: Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 2015. Is. 3 (7). P. 180–184. [In Ukrainian].
4. Nistoreanu B. & Stoian R. Business tourism a means of dynamising the life of local communities. in: Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence, Bucharest, Academy of Economic Studies. 2017. Vol. 1. No. 1. P. 1122–1128. <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0115>
5. European Commission. Eden Destinations: Poland. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/poland_en.
6. Polskie marki turystyczne. URL: <https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/idea-projektu>.
7. Google Play App. URL: <https://play.google.com/store/search?q=poland&c=apps&hl=ru>.
8. Czech Tourism. URL: <https://www.czechtourism.com/ru/about-czt/>.
9. Ana M. I. Tourism industry in the new member states. Key countries and destinations. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society. 2018. Vol. 13. No. 1. P. 812–830. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0007. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2018-0007>
10. CzechTourism Annual Report 2018. URL: https://czechtourism.cz/getmedia/25c8c440-84a4-413f-bd8e-69a2a6649c89/ENG_vyrocní_zpráva_2018-online-verze.pdf.aspx.
11. European Commission. Eden Destinations Czech Republic. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/czech-republic_en.
12. Czech Republic saw record number of tourists in 2018. URL: <https://kafkadesk.org/2019/02/10/czech-republic-saw-record-number-of-tourists-in-2018>.
13. Magyar Turisztikai Ügynökség. URL: <https://mtu.gov.hu/>.
14. The tourism agency launches its first Budapest-based foreign campaign. URL: <https://www.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-minisztérium/hirek/a-turisztikai-ugynokseg-elindítja-első-budapest-kozpontu-kulfoldi-kampanyat>.
15. Ministry of transport and construction of the slovak republic. Tourism. URL: <https://www.mindop.sk/ministry-5191/tourism/tourism>.
16. Kucherova Ya. Razvitie turizma i turistskaya politika Slovakii. Tourism development and tourism policy of Slovakia. Zhurnal mezhdunarodnogo prava i mezhdunarodnykh otnoshenij. Development: Journal of International Law and International Relations. 2007. No. 3. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/21785>. [In Russian].

17. Korsak R. V., Furtii V. Rozvytok turizmu u Chekhii: dosvid orhanizatsii dlia Ukrainy (kin. XX st. poch. XXI st.). Zbirnyk naukovykh prats. 2016. Is. 107 (4). P. 128–131. [In Ukrainian].
18. The Slovak Government has developed a national strategy for the development of cycling and tourism. URL: <http://velotransport.info/?p=35481>.
19. Ministry of tourism of Bulgaria. URL: <http://www.tourism.government.bg/en>.
20. Dyankov T., Krastev V., Yancheva K. Evaluation of brand identity of Bulgaria as a tourist destination. URL: https://www.researchgate.net/publication/324172095_Evaluation_of_brand_identity_of_Bulgaria_as_a_tourist_destination.
21. Strategiya za ustoychivo razvitie na turizma v B`lgariya 2014–2030. Sustainable Tourism Development Strategy for Bulgaria 2014-2030, 2014. URL: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na-turizma-v>.
22. Horbunova O. V. Sovremennoe sostoianye turysticheskogo sektora v Bolharyy. The current state of the tourism sector in Bulgaria. Vestnyk unyversyteta. University newspaper. 2018. № 4. P. 84–90. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-4-84-90>
23. Member states' annual tourism reporting template. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/29325/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
24. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>.
25. International Tourism Highlights 2019 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.
26. Eurostat. Tourism. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/overview>.
27. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: <https://globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf>.
28. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

УДК 330.36

АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІЙ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Лариса Тешева

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Харків, Україна*

Резюме. В умовах сьогодення особливої актуальності набувають проблеми ефективної зайнятості населення та створення ринку робочої сили, запобігання масового безробіття й міграції і потребують постійного аналізу та моніторингу. У статті з використанням матеріалів державної статистичної звітності України розглянуто ситуацію, що склалася у сучасних умовах на ринку праці України за останні роки. Досліджено основні показники функціонування ринку праці, такі як показники економічно активного населення України, а саме у віці 15–70 років та працездатний вік окремо. Проаналізовано показники зайнятого населення України. Проведено дослідження зайнятого населення за видами економічної діяльності: сільське, лісове та рибне господарство; промисловість; будівництво; оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; тимчасове розміщування й організація харчування; інформація та телекомунікації; фінансова та страхова діяльність; операції з нерухомим майном; професійна, наукова та технічна діяльність; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування; освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; інші види економічної діяльності. Проаналізовано рівень безробіття в Україні порівняно з показниками попередніх років та показниками деяких країн Європейського Союзу. Виявлено основні підстави стверджувати про підвищення його ефективності протягом останніх років: підвищення рівня економічної активності та рівня зайнятості населення, зниження рівня безробіття, зменшення диспропорції між попитом на робочу силу та її пропозицією, збільшення навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне робоче місце, що пояснюється зниженням темпів трудової міграції, та хоч і не значним, та все ж підвищенням реальної заробітної плати.

Ключові слова: Ринок праці, економічно активне населення, зайняте населення, безробіття, працездатність, вікова група, національний ринок праці.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.078

Отримано 03.04.2020

UDC 330.36

LABOR MARKET ANALYSIS IN THE INNOVATION-INVESTMENT MODEL OF ECONOMIC GROWTH

Larisa Tesheva

V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine

Summary. At present the problems of full employment and labour market creation, and certainly prevention of mass unemployment and migration are very important and require constant analysis and monitoring. The situation under current conditions in the labor market of Ukraine during the last years is considered in this paper using the materials of the State Statistical Reporting of Ukraine discussed. The main indicators of the labour market functioning, such as indicators of economically active population of Ukraine, particularly economically

active population in the age context 15–70 years and working age separately are investigated as well. The indicators of employed population in Ukraine, aged 15–70 and working age separately are analyzed. The investigation of the employed population according to the types of economic activities: agriculture, forestry and fishing; industry; construction; wholesale and retail trade, motor vehicles and motorcycles repair; transportation, warehousing, post and courier activities; temporary accommodation and catering; information and communication; financial and insurance activities; real estate operations; professional, scientific and technical activities; administration and support services; public administration and defence, compulsory social insurance; education; health care and social assistance; art, sport, entertainment and recreation; other types of economic activity is carried out. The level of unemployment in Ukraine in comparison with the indicators of previous years and indicators of some countries of the European Union is analyzed. The main reasons to confirm the increase its effectiveness in recent years: increase in economic activity and employment, reduction of unemployment, decrease of imbalance between labour demand and supply, the load increase of the registered unemployed for one vacancy, due to the labour migration slowdown, and, even insignificant increase in real wages are identified.

Key words: labor market, economically active population, employed population, unemployment, working capacity, age group, national labor market.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.078

Received 03.04.2020

Постановка проблеми. Ринок праці є складним елементом ринкової економіки, в процесі функціонування якого переплітаються інтереси робітника та роботодавця, щодо визначення ціни праці та умов функціонування.

Вчені та дослідники сучасну ситуацію на ринку праці описують як кризову і таку, що породжує трудову бідність, зниження економічної активності працездатного населення, розширення вимушеної праці, розшарування населення на соціально-вразливі групи, неузгодженість із ринком освітніх послуг, а також зниження якості трудового потенціалу та мотивації до продуктивної діяльності загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Регулювання та реформування ринку праці України, проблеми його розвитку, аспекти зайнятості та безробіття населення розглядаються у наукових досліджень таких вчених, як В. Близнюк, В. Петюха, І. Бондар, Е. Лібанової, І. Дехтярьової, А. Колота, М. Войнаренко, Д. Богині, І. Петрової, М. Ведернікова, О. Піщуліної та багато ін.

Метою дослідження є проблеми ефективної зайнятості населення та створення ринку робочої сили, запобігання масового безробіття та міграції.

Постановка завдання. З одного боку, ринок праці – елемент економічної системи, від якого залежить вектор і темпи макроекономічної динаміки, а з іншого – він опосередковує вплив макроекономічної політики та макроекономічного розвитку на добробут населення й стан багатьох соціальних процесів [2, с. 31].

Дослідження ринку праці проведемо за допомогою аналізу ряду показників, а саме: стан економічно активного населення, зайнятих та безробітних у розрізі вікової структури, рівень зайнятості у віковому та гендерному аспекті та рівень зайнятості в аспекті місця проживання у розрізі вікових груп.

Виклад основного матеріалу. Одним з важливих показників, які характеризують стан ринку праці України є зайнятість населення. Дані про зайнятість населення України наведено у таблиці 1. Для проведення аналізу сучасного ринку праці України використаємо офіційні статистичні дані Державної служби статистики України.

Таблиця 1. Показники економічно активного населення України***Table 1.** Indicators of economically active population of Ukraine*

Роки	Економічно активне населення				У тому числі зайняте населення			
	у віці 15–70 років		працездатного віку		у віці 15–70 років		працездатного віку	
	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової гр.	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової гр.	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової гр.	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової гр.
2010	20 894,1	63,6	19 164,0	71,9	19 180,2	58,4	17 451,5	65,5
2011	20 893,0	64,2	19 181,7	72,6	19 231,1	59,1	17 520,8	66,3
2012	20 851,2	64,5	19 317,8	72,9	19 261,4	59,6	17 728,6	66,9
2013	20 824,6	64,9	19 399,7	72,9	19 314,2	60,2	17 889,4	67,3
2014	19 920,9	62,4	19 035,2	71,4	18 073,3	56,6	17 188,1	64,5
2015	18 097,9	62,4	17 396,0	71,5	16 443,2	56,7	15 742,0	64,7
2016	17 955,1	62,2	17 303,6	71,1	16 276,9	56,3	15 626,1	64,2
2017	17 854,4	62,0	17 193,2	71,5	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5
2018	17 939,5	62,6	17 296,2	72,7	16 360,9	57,1	15 718,6	66,1
2019	18 066,0	63,4	17 381,8	74,0	16 578,3	58,2	15 894,9	67,6

* Дані за 2010–2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, з 2015 року – також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Наведені дані показують, що характерною особливістю національного ринку праці за період з 2010 по 2019 роки є значне падіння чисельності економічно активного населення у віці 15–70 років відповідно з 20894,1 тис. осіб до 18066,0 тис. осіб., хоч і спостерігається позитивна тенденція зростання протягом 2017–2019 рр. Особливо глибоке падіння рівня економічної активності спостерігалось у 2014 р. у порівнянні з 2013 – з 20824,6 тис. грн. до 19920,9 тис. грн.

Щодо аналізу зайнятого населення серед населення працездатного віку, спостерігається протягом досліджуваного періоду найвищий показник зайнятості – 17889,4 тис. осіб у 2013 році, далі в динаміці по роках найнижчий стан показника у 2015 році – 15495,9 тис. осіб. та все ж спостерігається підвищення кількості зайнятого населення, хоч і незначне.

Складна політична та економічна ситуація з 2014 по 2017 роки в Україні спричинила значний спад кількості зайнятого населення, більш ніж на 1692,2 тис. осіб. У відсотковому відношенні на кінець 2019 року зайняте населення працездатного віку становить 67,6%, що показує рівень, вищий навіть за показник кінця 2013 року.

Так як зайнятість населення в Україні останнім часом підвищується, варто прослідкувати тенденцію щодо сфер зайнятості трудових ресурсів. Зайнятість населення в окремих галузях економіки визначається у відсотках від економічно активного населення, яке представлено часткою працездатного населення, що безпосередньо зайняте в суспільному виробництві.

У таблиці 2 наведена чисельність зайнятого населення України за видами економічної діяльності у 2012–2018 роках. Аналіз даних наглядно підтверджує позитивну тенденцію підвищення показників зайнятого населення за видами економічної діяльності починаючи з 2017 року.

Таблиця 2. Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012–2016 рр.***Table 2.** Employed population according to the type of economic activity in 2012–2016*

Показник	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього зайнято	19261,4	19314,2	18073,3	16443,2	16276,9	16156,4	16360,9
Сільське, лісове та рибне господарство	3308,5	3389,0	3091,4	2870,6	2866,5	2860,7	2937,6
Промисловість	3236,7	3170,0	2898,2	2573,9	2494,8	2440,6	2426,0
Будівництво	836,4	841,1	746,4	642,1	644,5	644,3	665,3
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4160,2	4269,5	3965,7	3510,7	3516,2	3525,8	3654,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1150,9	1163,6	1113,4	998,0	997,2	991,6	995,1
Тимчасове розміщення й організація харчування	326,7	328,9	309,1	277,3	276,7	276,3	283,0
Інформація та телекомунікації	297,9	299,9	284,8	272,9	275,2	274,1	280,3
Фінансова та страхова діяльність	315,8	306,2	286,8	243,6	225,6	215,9	214,0
Операції з нерухомим майном	322,2	314,3	286,1	268,3	255,5	252,3	259,4
Професійна, наукова та технічна діяльність	504,1	493,6	456,0	422,9	428,1	415,8	437,9
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	343,9	343,3	334,3	298,6	304,3	297,9	304,3
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	1003,6	962,3	959,5	974,5	973,1	979,7	939,3
Освіта	1633,2	1611,2	1587,7	1496,5	1441,4	1423,4	1416,5
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1181,4	1171,8	1150,5	1040,7	1030,4	1013,6	995,4
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	225,6	226,5	221,2	207,9	201,6	199,8	196,9
Інші види економічної діяльності	414,3	423,0	382,2	344,7	345,8	344,6	355,2

*Розподіл загальної кількості зайнятого населення за видами економічної діяльності здійснено на основі комплексного оцінювання шляхом інтеграції даних вибіркового обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності, державних статистичних спостережень підприємств і адміністративної звітності. Дані за 2012–2018 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, з 2015 року – без частини тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей. Ураховано кількість тимчасових працівників, які були залучені до підготовки та проведення виборів: у 2012 році – до Верховної Ради України; у 2014 – Президента України та до Верховної Ради України; у 2015 – депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів.

Слід зазначити, що у 2013 році спостерігалось підвищення зайнятості по всіх галузях з подальшим стрімким спадом у 2014. Помітне підвищення у 2018 році порівняно з 2017. Велика кількість зайнятого населення спостерігається у сфері оптової та роздрібною торгівлі, сільському господарстві та промисловості, в кожній з них спостерігається збільшення за останній рік (за виключенням промисловості). Найнижчі показники зайнятості у сфері мистецтва, спорту, відпочинку та інформації, а також у сфері фінансової діяльності.

Одним з важливих показників, який визначає стан ринку праці та ефективність його функціонування з позиції держави є рівень безробіття, який в Україні становить на кінець 2019 року 8,2%. Варто зазначити, що це досить висока позначка, хоча нижча в порівнянні з показниками попередніх років та показниками деяких країн Європейського Союзу на кінець 2019 року. Слід зауважити, що за даними Євростату рівень безробіття в Євросоюзі складає на цей період 6,2%. Статистику безробітного населення України за період з 2010 р. по 2019 р. показано на рисунку 1.

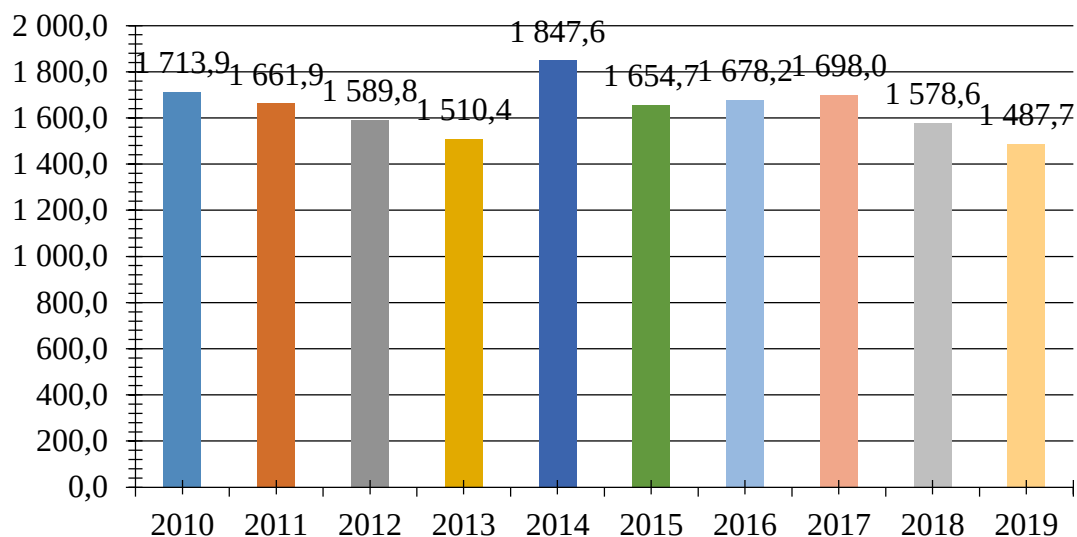


Рисунок 1. Безробітне населення (за даними Держкомстату), тис. осіб

Figure 1. Unemployed population (according to Goskomstat), thousand people

Рисунок 1 ілюструє, що найменша кількість безробітного населення у віці 15–70 років присутня саме у 2019 році – 1487,7 тис. осіб, а найбільша величина чисельності безробітних – 1847,6 тис. осіб припала на 2014 рік і збільшилась на 337,6 тис. осіб.

У 2016 р. чисельність безробітних знизилася у порівнянні з періодом 2014 року на 169,4 тис осіб і становила – 1678,2 тис. осіб. Але, у II півріччі 2017 року зросла у порівнянні з відповідним періодом 2016 року на 14,7 тис. осіб і досягла позначки 1698,9 тис. осіб. Подальші зміни показника безробіття є позитивними, а саме у 2018 році їх число скоротилося до 1578,6 тис. осіб, а у 2019 році до 1487,7 тис. осіб.

Висновки. Проведене дослідження щодо функціонування національного ринку праці за 2010–2019 рр. дає підстави стверджувати про підвищення його ефективності протягом останніх років, а саме: підвищення рівня економічної активності та рівня зайнятості населення, зниження рівня безробіття, зменшення диспропорції між попитом на робочу силу та її пропозицією, збільшення навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне робоче місце, що пояснюється зниженням темпів трудової міграції, хоч і не значним, та все ж підвищенням реальної заробітної плати.

Conclusions. The carried out investigation concerning national labor market functioning during 2010–2019 proves its efficiency increase in recent years, i. e.: increase of the economic activity and employment level, reduction of the unemployment rate, reduction of

the imbalance between labor demand and its supply, increase in the workload of registered unemployed for one vacancy explained by the decrease of labor migration rate, and, even insignificant increase in real wages.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України. URL: [http:// www. ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/).
2. Федунчик Л. Г. Ринок праці в Україні: проблеми та напрями їх вирішення. Ринок праці та зайнятість населення. 2016. № 2. С. 31.
3. Юрчик І. Б. Взаємозв'язок ефективності ринку праці та його інституційного забезпечення. Науковий Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 4. С. 109.

References

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. URL: [http:// www. ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/). [In Ukrainian].
2. Fedunchik L. G. Rynok pratsi v Ukrayini: problemy ta napryamy yikh vyrishennya. Rynok pratsi ta zaynyatist naseleennya. 2016. № 2. P. 31. [In Ukrainian].
3. Yurchik I. B. Vzayemozvyazok efektyvnosti rynku pratsi ta yoho instytutsiynoho zabezpechennya. Naukovyy. Visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2016. № 17. Part 4. P. 109. [In Ukrainian].

УДК 364.22

ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ: ЩО ВАЖЛИВІШЕ, ТЕМП ЗРОСТАННЯ ЧИ ЯКІСТЬ ІНСТИТУТІВ

Михайлина Фаріон; Марія Бута

Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна

Резюме. Розглянуто основні підходи визначення терміну «бідність» як соціального явища, яке проявляється у зниженні доходів населення, зменшенні купівельної спроможності, феномені «одномоментної бідності», низькими соціально-економічними показниками (коротка тривалість життя, позбавлення економічного підґрунтя для нормального життя – чистої питної води, продуктів харчування, медичних послуг), релевантністю доказів кількості бідного населення, у суб'єктивних факторах, зростанні витрат домогосподарств, співвідношенні бідних та багатих, індивідуальних вимірах бідності. Висвітлено різні підходи до вивчення проблем появи сутності «бідність» та причин її виникнення на різних етапах розвитку суспільства та в залежності від економічного стану країни: рівень заробітних плат як мотиваційна основа, соціально-економічний розвиток, зростання фактору адикції, домінування матеріальних цінностей над гуманітарними, амбіційні фактори, «феномен залежності» від соціальної підтримки держави, борговий фактор (багато людей бояться брати кредити для розширення бізнесу). Встановлено, що комплекс причин виникнення бідності як масового прояву в суспільстві можна згрупувати так: економічні, політичні та соціальні. Визначено, що в Україні бідність є специфічною субкультурою (замкнутим колом). Обґрунтовано взаємозв'язок між темпами зростання доходів населення та якістю проведеної роботи інститутів подолання бідності. Проблемним виявилось і залишається питання пов'язане з визначенням «сфери» дискомфорту, де людина починає відчувати нестачу фінансових ресурсів, а отже і межу бідності. Як результат, у багатьох країнах сформовані спеціальні інститути, які призначені для подолання бідності із специфікою, притаманною для окремої нації, в обов'язки яких, найперше входить подолання консервативного мислення та неправильного відношення до фінансових ресурсів та капіталу. В дослідженні показано суб'єктивне та об'єктивне бачення проблематики виникнення бідності як складного явища, яке впливає не тільки на економічний стан країни, але й має невідворотний процес впливу на зниження працездатності населення та його відтворення.

Ключові слова: бідність, стратегія, інститути, причини, наслідки, феномен, критерії.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.084

Отримано 10.03.2020

UDC 364.22

POVERTY REDUCTION – WHAT IS MORE IMPORTANT: GROWTH RATE OR INSTITUTIONS QUALITY

Mykhailyna Farion; Maria Buta

Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Summary. The article deals with the basic approaches concerning the term «poverty» definition as the social phenomenon manifesting itself: in population income reduction, purchasing power decrease, phenomenon of «instantaneous poverty», low socio-economic indicators (particularly, short lifetime, losing of economic basis for normal life – safe drinking water, food products, medical services), the relevance of poor population evidence, in the judgmental factors, the increase of household expenses, proportion of poor and rich people, the individual poverty dimensions. Different approaches to problem of investigation of the «poverty» essence occurrence and its causes at different stages of society development and in dependence on the economic state of the country: the wages level – as the motivational basis, socio-economic development, the growth of addiction factor, the dominance of material values over the humanity ones, ambitious factors, the «dependence phenomenon» on social government support, the debt factor (a lot of people are afraid of take on loans for business development) are

highlighted. It is established that the complex of poverty causes as a mass manifestation in society can be grouped as follows: economic, political and social. It is determined that in Ukraine the poverty is a specific subculture (closed circle). The relationship between the growth rate of population incomes and the quality of work done by poverty reduction institutions is substantiated. The problem is and, unfortunately, remains in the fact related to the definition of discomfort «sphere», where people feel the lack of financial resources and therefore the income poverty line. As a result, in many countries, special institutions are organized which goal is to reduce poverty taking into account the specifics of particular nation. The responsibilities of such institutions are, first of all, to overcome the conservative thinking and regrettable attitude to financial resources and capital. The subjective and objective views on the poverty problem as the complex phenomenon affecting not only the economic state of the country, but also having unpreventable process of influence on the decline of the population ability to work and its reproduction are shown in this investigation.

Key words: poverty, strategy, institutions, causes, consequences, phenomenon, criteria.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.084

Received 10.03.2020

«...у країнах із середнім та низьким доходом понад 700 мільйонів людей живуть за межею бідності...»

Якоб Свенссон

Постановка проблеми. Нині проблеми бідності набувають як глобального, так і місцевого соціального характеру, а також стають одними з ключових проблемних зон та прерогативою дослідження в діяльності багатьох національних та міжнародних інституцій, які призначені для пошуку варіантів подолання бідності. Бідність вважається однією з найболючіших проблем сучасного світу, від зростання даної проблеми постійно страждає більша частина населення нашого цивілізованого світу. Постійне зростання рівня бідності має суттєвий вплив на розвиток людських можливостей, а також породжує масштабні соціальні та політичні протистояння, та може у випадку відсутності швидкого реагування на появу загрози його виникнення, становити ризик цілісності суспільства, особливо в країнах з низьким рівнем економічного розвитку.

Протягом останніх 50-ти років у світі спостерігається циклічність появи економічних криз, які значно вплинули на рівень життя населення, темпи зростання цін та спричинили значну невідповідність доходів та видатків населення, а також призвели до неспроможності забезпечення мінімального прожиткового мінімуму в багатьох країнах. Тому запобігання і подолання бідності можна визначити як одну з найактуальніших глобальних проблем сьогодення.

Багато науковців дотримуються думки, що бідність, як явище, включає в себе різні поняття, такі як недостатність ресурсів, не задоволення фізіологічних та соціальних потреб, обмеження власної самоповаги, втрата людських цінностей тощо. Крім того, це явище залежить від традицій, норм поведінки, цінностей різних народів та держав [12]. Бідність може проявлятися в об'єктивному та суб'єктивному вимірах. Світовий банк встановив межу для найбідніших країн – приблизно 2 долари на день. Коли людина витрачає менше такої суми, вона дуже бідна, а для країн із доходами нижче середнього цей показник становить приблизно 3 долари. Розвинені держави мають збільшений рівень у 5,5 доларів на людину в день [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегічного управління подолання бідності в умовах економічної нестабільності та трансформаційних процесів у суспільстві досліджені у працях таких вчених, як А. Авчухова, І. Андрейців, Г. Гаман, О. Гаращук, Г. Гузенко, Л. Гордієнко, Л. Клевчик, Н. Коваленко, М. Кравченко, О. Крюкова, Д. Мартинюк, І. Приходько, В. Прокопчук, Л. Фурдичко, Л. Черенко, Т. Шиптенко.

Метою статті є проведення оцінювання рівня бідності населення, визначення причин її появи, вибір та обґрунтування можливих шляхів її подолання, створення інститутів допомоги в процесах подолання бідності.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

- з'ясувати теоретичні аспекти терміну «бідність»;
- визначити причини її появи;
- проаналізувати концепції та показники, які характеризують циклічність спадання та зростання бідності населення;
- оцінити рівень бідності в Україні;
- визначити напрями подолання проблем бідності в сучасних глобалізаційних умовах.

Виклад основного матеріалу. Проблемні аспекти пов'язані з питаннями виникнення бідності в Україні набули офіційного визнання після затвердження Указом Президента України Стратегії подолання бідності, яка встановила значення терміна «бідність», єдиний відносний критерій віднесення різних верств населення до категорії бідних і визначила основні напрями та етапи подолання бідності на період до 2020 року. Не зважаючи, на різноманітність класифікації проявів бідності, найбільш значущою вона зазначена в документах ООН, де підкреслюється чотири основні її індикатори:

- коротка тривалість життя;
- низька професійно-освітня підготовка;
- позбавлення економічної бази нормального життя (чистої питної води, медичних послуг, якісного харчування);
- усунення від суспільного життя [13].

Концептуальна характеристика причин виникнення бідності наведена на рисунку 1.



Рисунок 1. Концепції трактування бідності як прояву суспільної нерівноваги

Figure 1. Concepts of poverty treating as the social imbalance manifestation

До переліку основних потреб людей, що точніше окреслюють ситуацію з бідністю в країнах включають:

- можливість дотримання здорового способу життя;
- якісне медичне обслуговування;
- доступність освіти;
- побутові умови для нормального життя;
- працевлаштування у відповідності з набутою кваліфікацією.

В історичному ракурсі також сформувалися різні форми бідності (рисунок 2).

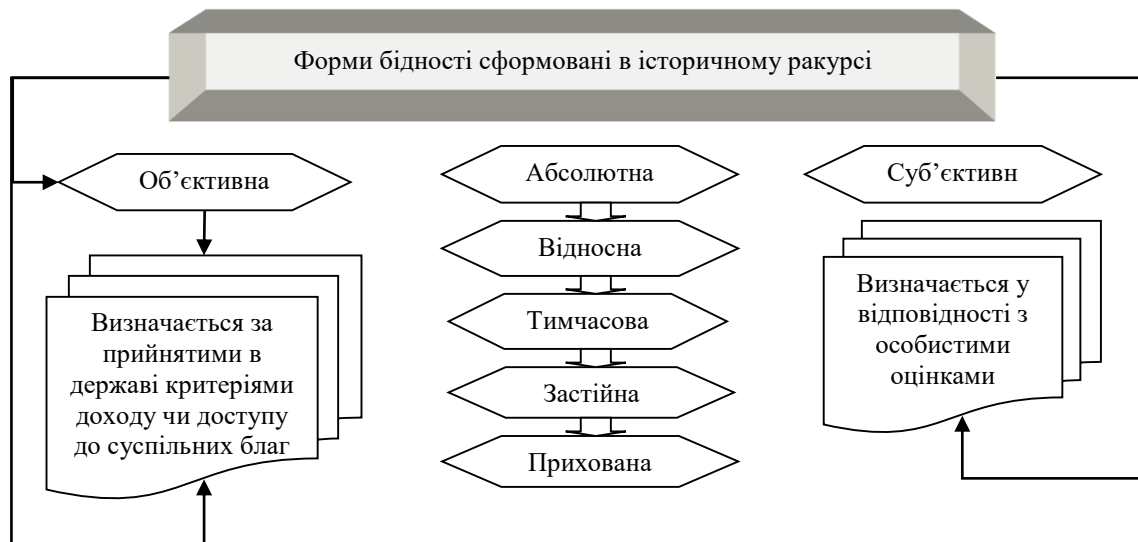


Рисунок 2. Історично сформовані форми бідності

Figure 2. Historically formed poverty types

Крюкова О. М. наголошує: «За стандартами ООН, якщо людина витрачає на проживання та продукти харчування суму меншу, ніж 5 дол. США на день, а на місяць – меншу, ніж 150 дол. США, то вона живе за порогом (межею) бідності. Якщо ж ці суми складають, відповідно, 1,25 та 37,5 дол. США, то настає поріг злиднів. В Україні 2017 р. за даними ООН за межею бідності проживали від 60% (березень) до 80% (серпень) населення» [19; 2].

Абсолютний рівень бідності свідчить про те, що на отриманий дохід людина не може придбати товари та послуги, необхідні для задоволення його основних соціальних потреб, специфічних для даного суспільства.

Пошук альтернативних методів у боротьбі із бідністю є одним із головних викликів сьогодення, що об'єднав зусилля всієї світової спільноти. Основними цілями та пріоритетами глобального розвитку, зазначеними у стратегічних документах міжнародних організацій, є комплексні завдання та методи щодо подолання бідності, поступове скорочення масштабів нерівності між населенням планети та розбудова заможного суспільства. На регіональному рівні у багатьох країнах розробляються та впроваджуються стратегії подолання бідності, адже саме тільки на місцевих рівнях можна вчасно виявити та подолати прояви бідності.

Доречно підкреслити, що явище «бідності» притаманне для кожного суспільства – відмінності полягають лише в його масштабах. Статистичні показники свідчать, що навіть у розвинених країнах існує частка населення, рівень матеріального

достатку якого з різних причин є набагато нижчим, ніж загальноприйняті норми. Для багатьох урядів, подолання бідності не є кінцевою метою, оскільки викоренити це явище практично неможливо, а всі зусилля повинні спрямовуватися на радикальне зменшення частки бідного населення.

Варто зробити акцент на поясненні явища бідності, з специфікою, притаманною для українського суспільства, яке подає науковець Л. Черенько, розглядаючи його, як: «неможливість через нестачу ресурсів підтримувати спосіб життя, характерний для конкретного суспільства і в конкретний період часу» [22]. У більшості наукових праць не має чіткого розмежування цього явища в широкому та вузькому трактуванні. Сучасна економічна наука фактично припинила дискусію щодо правильності вузького трактування поняття бідності, а обґрунтовується доцільність поєднання різних підходів до ідентифікації незаможних членів суспільства з урахуванням того, що бідність є багатогранним явищем [5].

У багатьох країнах бідність розмежовують на поточну, незначну – явище, яке виникає підчас економічних коливань та граничну тривалу бідність, яка порушує граничні межі бідності. В Україні, у зв'язку із воєнними діями, появились нові форми бідності (рисунок 3).



Рисунок 3. Похідні форми бідності як результат деструктивних процесів в економіці країни

Figure 3. Derivative poverty forms as the result of destructive processes in the country's economy

Причин для виникнення бідності є багато. На думку Н. В. Коваленко, основою бідності є нерівність, яка породжена комплексом причин, серед яких: глобальні, загальноекономічні, трансформаційні та особисті [13]. І. В. Приходько вважає, що основні причини бідності можна згрупувати наступним чином: економічні, політичні та соціальні [18]. Притаманні для багатьох країн види бідності мають спільні характеристики та вважаються загально розповсюдженими: повна; часткова; крайня; суб'єктивна; форс-мажорна та соціальна ексклюзія [18, с. 530].

Варто зазначити, що міжнародні організації та національні установи багатьох країн, що займаються дослідженнями рівня життя населення, використовують структурний критерій для визначення та порівняння масштабів бідності. В основі такого

критерію покладено закон Енгеля, у відповідності з яким рівень життя знаходиться в оберненій залежності від частки витрат на харчування.

За умов використання даного критерію бідними вважаються ті домогосподарства (населення), які витрачають на продукти харчування не менш ніж 60% загальних сукупних доходів (витрат), а вкрай бідними – ті, чиї витрати на продовольчі товари перевищують 80% загальних сукупних доходів (витрат) [9, с. 27–28]. Всесвітній Індекс багатимірної бідності показує її рівень не тільки в грошовому вимірі, але й у сукупності сприйняття людьми цього явища. За результатами дослідження в розрізі 101 країни із сукупною кількістю населення 5,7 мільярдів людей (76% населення усієї планети), 1,3 мільярдів людей потрапити до категорії багатимірної бідності (рисунок 4) [1].

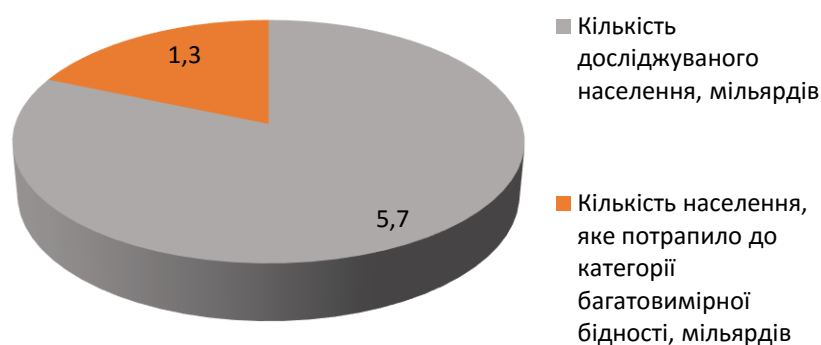


Рисунок 4. Кількість населення (мільярдів), яке потрапило до категорії багатимірної бідності (101 країна, 2019)

Figure 4. The number of population (billions) included in the multidimensional poverty category (101 countries, 2019)

Україна відноситься до країн з високим рівнем ризику щодо росту кількості бідного населення. В Україні 20–30% людей живуть за межею бідності [20]. Українському суспільству був завжди притаманний високий рівень бідності серед економічно активного населення, що пов'язано як з високим рівнем безробіття, так і з низькою заробітною платою або довготривалою затримкою її виплати.

Основними причинами того, що значна частина населення України вважає себе бідною, безперечно є загальний низький рівень життя населення України та загальна економічна ситуація в країні. Проаналізуємо рівень бідності в Україні за останній період використовуючи співвідношення витрат та доходів домогосподарств. Витрати проаналізуємо у місячному розрізі на сім'ю з однією дитиною (рисунок 5) [7].



Рисунок 5. Витрати домогосподарств за 2018 рік (вибірка – необхідні товари та послуги, сім'я з однією дитиною)

Figure 5. Household expenses in 2018 (sample – required goods and services for one-child family)

Відповідно проаналізуємо середню заробітну плату за 2018 рік (рисунок 6) [7].

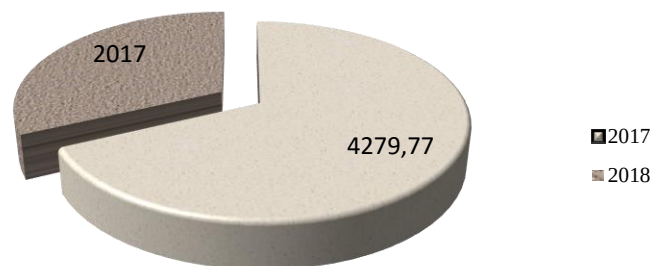


Рисунок 6. Середній рівень оплати праці в Україні за 2017–2018 рр.

Figure 6. Average wages level in Ukraine during 2017–2018

Бідність залишається поширеним явищем серед сімей з дітьми з обома працюючими батьками – майже третина сімей є бідними, що в 1,7–2,0 рази перевищує бідність у домогосподарствах без дітей [16, с. 36], не зважаючи на те, що згідно з даними Державної служби статистики України, аналіз доходів населення за 2010–2018 рр. вказує на тенденцію їх зростання.

Фурдичко Л. Є. зазначає, що: «в Україні виокремились лише 2 класи – дуже багаті та дуже бідні. Середній клас практично відсутній, у порівнянні до країн Європи та Америки, де частка середнього класу займає більше половини в структурі доходів населення» [21]. Основною причиною диспропорції в якості життя населення є повільний темп зростання доходів та відсутність державних інститутів, які б проводили регулювання рівня бідності.

Для розв'язання проблем бідності в Україні, необхідно здійснити модернізацію системи державної соціальної допомоги та створити сучасну систему соціальних послуг – інститутів відповідальності. Також, необхідне кардинальне реформування системи надання соціальних пільг, важливо переглянути підходи щодо проведення житлової політики, в тому числі будування та надання соціального, пільгового житла.

Хронічна бідність – це явище притаманне тільки для країн із низьким рівнем економіки. З метою запобігання поширенню хронічної бідності, необхідно забезпечити розподіл наявних соціальних ресурсів у такій пропорції, щоб кожен, хто має гостру необхідність отримав їх. Адресна соціальна допомога повинна бути розподілена в більшій пропорції для регіонів із значними масштабами бідності та низьким рівнем життя населення. Місцеві органи самоврядування повинні мати більше повноважень щодо формування стратегічних програм, оскільки вони мають повновладдя над місцевими ресурсами.

Вітчизняними науковцями запропоновані такі заходи для вирішення проблеми бідності в Україні:

- створити сприятливі умови для росту ВВП та забезпечити механізм ефективності його розподілу;
- забезпечити зниження рівня безробіття;
- збільшити рівень зайнятості працездатного населення;
- посилити ефективність соціальної захищеності;
- збільшити рівень мінімальної заробітної плати;
- активізувати співпрацю між державою, громадськими організаціями та бізнесом, з метою дотримання принципів соціального партнерства та солідарності;
- забезпечити правильний розподіл державної соціальної допомоги;
- реформувати систему надання пільг;
- врегулювати процес трудової міграції;
- покращити законодавчу базу та справедливість судової системи;
- підвищити розмір допомоги для малозабезпечених сімей;
- розробити довготермінові стратегії розвитку деструктивних регіонів [14].

За прогнозними даними для подолання бідності в Україні необхідно збільшувати темпи економічного зростання у розмірі 7% річних, стабільно протягом 20 років або залучити інвестиції обсягом 27–35% від ВВП [11].

У розвинутих країнах існують спеціальні програми боротьби з бідністю. Вони містять принципи державної політики, які попереджують її появлення у поєднанні з спеціально акумульованими фінансовими ресурсами для допомоги певним категоріям населення. Бідність – це явище, яке виникає спонтанно тільки в одиничних випадках. Основним індикатором поступової появи бідності є відсутність інвестицій на перспективу. Необхідно значну увагу приділити розвитку освіти, а також створенню умов для зростання зайнятості працездатного населення, врегулювати диференціацію доходів різних суспільних прошарків. За відсутності перелічених заходів, країнах з перехідною економікою, бідність може перетворитися в одну з найгостріших та найскладніших проблем.

Ефективність заходів щодо подолання бідності першочергово залежить від поєднання економічних стимулів та якості роботи інститутів призначених для боротьби з проявами даного явища. Високий рівень життя населення, безумовно залежить від економічного зростання, ефективності виробничих процесів, продуктивності праці та

сукупного попиту на робочу силу та її пропозицію. Проте вони є тільки проміжними факторами, які без відповідного стимулювання малого та середнього бізнесу не можуть докорінно вирішити проблеми боротьби з бідністю. Про це свідчить міжнародний досвід, що в умовах швидкого економічного зростання самі по собі соціальні проблеми не вирішуються, навпаки – економічний ріст може призвести до формування майнової нерівності серед населення і зростання на цій основі відносної бідності населення.

Україна належить до країн, які перебувають на етапі трансформації, де бідність може набувати широкого розмаху, особливо це відноситься до малозабезпечених людей. Бідність за таких умов виникає в основному через неналежно узгоджену систему соціального страхування. Тягар оплати всіх соціальних витрат знаходиться в межах однієї заробітної плати. У багатьох країнах інститути соціального дослідження розробляють спеціальні державні програми соціального страхування, які затверджуються урядом та реалізуються серед окремого прошарку населення. Державні витрати на соціальну сферу в Україні мають значно низький рівень у порівнянні з іншими країнами. Доречно відмітити, що не використовується на належному рівні потенціал недержавних інститутів, до яких відносять страхові компанії та недержавні пенсійні фонди з метою страхування від соціальних ризиків. В Україні спостерігається недовірливе ставлення до страхових компаній та їхніх послуг. Рівень довіри населення до фінансових інститутів в Україні складає тільки 40%, що пояснюється негативним досвідом страхування. Впровадження системи ефективного страхування дасть можливість розв'язати звужені проблеми пов'язані з прогресуванням бідності.

Світова практика подолання бідності показала, що в багатьох країнах ефективно розробляються спеціальні стратегії для фінансування створення підприємств бідними людьми. Проте, багато таких підприємств функціонують тільки за умов стабільної фінансової підтримки зі сторони держави, якщо припиняється фінансування, то більшість підприємств припиняють їхню діяльність. Також, для більшості бідних в країнах із низьким рівнем доходів, бізнес є не тільки недоступним, але й з різних причин непривабливим. Субкультура, яка сформувалася в багатьох країнах, ставлення до роботи державних службовців більш сприятливим, ніж до підприємництва і є однією із головних причин бідності серед меншин. В Україні багато людей, які відносяться до категорії бідного населення, прагнуть щоб їхні діти працювали в низькооплачуваних сферах, а бізнес для них є значним ризиком. Оскільки, масштабний тіньовий сектор українського ринку не дасть можливість існуючим малим підприємствам працювати ефективно, то доцільно було б спрямувати фінансову підтримку територіальним громадам на розвиток та втілення соціальних проектів, а також гарантування позик для середніх підприємців для створення добре оплачуваних робочих місць, залучаючи на ці робочі місця бідних людей.

Якість освіти займає чільне місце в стратегії подолання бідності, особливо на початковому та середньому рівнях. ООН в цілях сталого розвитку на 2015–2030 рр. [17] основним пріоритетним завданням визначила забезпечення доступу до якісної освіти. Для цього необхідно створити спеціальні організації (інститути), які повинні надавати правову, фінансову та консультативну допомогу для бідних сімей щодо можливості отримання якісної освіти.

Необхідно зазначити, що система соціального захисту європейських країн складається з безлічі різних видів допомоги, які призначаються спеціальними інститутами. Соціальні виплати містять широкий спектр заходів, переважна кількість яких є універсальними для всієї Європи. Значна кількість населення має можливість

отримати широкий спектр соціальних виплат. В Україні доцільно ввести інститут соціальної підтримки населення. Інститут соціальної підтримки населення – це система управління централізованими та децентралізованими фінансовими ресурсами, які спрямовуються на соціальне субсидіювання та надання населенню інших послуг шляхом застосування спеціальних фінансових механізмів [10].

Проте, не зважаючи на безліч заходів, які спрямовані на подолання темпу бідності, необхідно врахувати той фактор, що без збільшення рівня заробітної плати вони не спрацюють ефективно, оскільки Україну названо найбіднішою країною Європи з найменшою зарплатою.

Висновки. Комплекс значних невіршених проблем бідності та незадовільного рівня соціального захисту населення в Україні слід пов'язувати не тільки з економічним розвитком, а й з існуючою системою соціальних цінностей; ефективністю діяльності державних інститутів; дієвістю механізмів державного управління соціальним розвитком, а також результативністю співпраці органів державного управління, місцевого самоврядування та суспільства, включаючи громадян. Соціальний захист в Україні в основному складається із соціальних виплат та певної грошової компенсації для окремих категорій громадян. Соціальне розв'язання проблем найбільш незахищених верств населення є малоефективним. Сучасною проблемою вітчизняної системи фінансування соціальних виплат є їхня бюджетна складова та відсутність достатніх фінансових ресурсів для подолання бідності. Одним із напрямів дії уряду в цій галузі може стати створення інститутів соціальної підтримки, які зможуть оптимізувати обсяги фінансування соціальних виплат та контролювати їхнє цільове призначення, а також бути консультативними органами для певних категорій населення.

Conclusions. The complex of significant unresolved poverty problems and unsatisfactory level of the population social protection in Ukraine should be associated not only with economic development, but also with: the existing system of social values; efficiency of state institutions activity; the effectiveness of public administration mechanisms for social development, as well as the effectiveness of cooperation between state public authorities, local self-government and society including citizens. Social protection in Ukraine consists mainly of social payments and certain financial compensation for some categories of citizens. Social solution of the problems of the most vulnerable segments of the population is inefficient. The current problem of the national system of social payments financing is its budgetary component and lack of sufficient financial resources for poverty reduction. One of the directions of government activity in this area is creation of social support institutions which can optimize the social payments financing and control their designated purpose as well as act as advisory bodies for certain categories of population.

Список використаної літератури

1. 2019 всесвітній індекс багатомірного бідності. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/Annual%20Reports/2019%20MPI%20key%20findings_UKR.pdf.
2. 80 відсотків населення України живе за межею бідності – ООН. URL: <http://www.ukrpress.info/2017/08/28/80-відсотків-населення-україни-живе-за-м/>.
3. Авчухова А. М., Шипченко Т. В. Використання європейського досвіду подолання бідності в Україні. Стратегічні пріоритети. 2011. № 3. С. 90–95.
4. Андрейців І. Бідні, але з телевізорами: причини злиднів пояснює Нобель з економіки. 2020. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2020/01/1/239456/>.
5. Бідність в Україні: методика та практика аналізу. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. С. 6.
6. Лібанова Е. Подолання бідності: погляд науковця. Україна: аспекти праці. 2003. № 7. С. 26.

7. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf.
8. Гаман Г. В. Подолання бідності – ключова проблема розвитку людського капіталу. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/4671/125%20-%20131.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
9. Гарашук О. В., Куценко В. І. Контент фахової освіти: аналіз, оцінка, перспективи. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль: «Економічна думка». 2016. Том 24. № 1. С. 7–15.
10. Гордієнко Л. А. Науково-методологічні підходи фінансування соціальних виплат малозахищеним верствам населення. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». № 13. 2019. С. 65–70.
11. Єдиний спосіб подолати бідність в Україні – заощаджувати. 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/26/650940/>.
12. Клевчик Л. Л. Шляхи подолання проблеми бідності в сучасних глобалізаційних умовах. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. 2018. № 11(39). С. 9–13.
13. Коваленко Н. В. Бідність як соціально-економічна категорія. Державне будівництво. 2007. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_10.
14. Кравченко М. В. Особливості державної політики щодо подолання бідності в Україні. Демографія та соціальна економіка. 2011. № 1. С. 135–141.
15. Крюкова О. М., Василик С. К., Гузенко Г. М., Клочко В. М., Кривошеєва Н. М. Регіональні аспекти сталого розвитку в Україні. Економічні науки. Scientific Journal «Science Rise». № 4 (45). 2018. С. 24–30.
16. Національна доповідь «Цілі розвитку тисячоліття. Україна – 2010». К.: Міністерство економіки України, 2010. 107 с.
17. Новий підхід до боротьби з бідністю: методи дослідження, результати, уроки для України. 2019. URL: <http://files.nas.gov.ua/PublicMessages/Documents/0/2019/12/191227122113753-3723.pdf>.
18. Приходько І. В. Теоретико-методологічні підходи до визначення поняття бідності. Молодий вчений. 2018. № 1 (53). С. 529–532.
19. Рівень бідності в Україні у 2017 році знизився на 5% – KMIC. URL: <http://gordonua.com/ukr/news/money/rivenbidnosti-v-ukrajini-u-2017-rotsi-zmenshivsja-na-5-kmis-225925.html>.
20. Стало відомо, скільки в Україні людей живуть за межею бідності. 2019. URL: https://zik.ua/news/2019/02/20/stalo_vidomo_skilky_v_ukraini_lyudey_zhyvut_z_mezheyu_bidnosti_1514247.
21. Фурдичко Л. Є., Мартинюк Д. Я., Прокопчук В. В. Доходи громадян як інструмент їх добробуту і ефективного розвитку країни. Молодий вчений. № 5 (57). 2018. С. 774–778.
22. Черенько Л. М. Проблеми бідності в Україні: методи визначення та напрями подолання: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. К., 2000. С. 5.

References

1. 2019 vsesvitniy indeks bahatovymirnoyi bidnosti. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/Annual%20Reports/2019%20MPI%20key%20findings_UKR.pdf.
2. 80 vidsothiv naselennya Ukrayiny zhyve za mezheyu bidnosti – OON. URL: <http://www.ukrpress.info/2017/08/28/80-vidsothiv-naselennya-ukrajini-zhyve-za-m/>.
3. Avchukhova A. M., Shypenko T. V. Vykorystannya yevropeys'koho dosvidu podolannya bidnosti v Ukrayini. Stratehichni priorytety. 2011. № 3. P. 90–95.
4. Andreytsiv I. Bidni, ale z televizoramy: prychyny zlydnyv pozasnyuye Nobel'z ekonomiky. 2020. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2020/01/1/239456/>.
5. Bidnist v Ukrayini: metodyka ta praktyka analizy. K.: Instytut demohrafiyi ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrayiny, 2008. P. 6.
6. Libanova E. Podolannya bidnosti: pohlyad naukovtsya. Ukrayina: aspekty pratsi. 2003. № 7. P. 26.
7. Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrayiny u 2018 roci. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf.
8. Haman H. V. Podolannja bidnosti – ključova problema rozvytku ljuds'koho kapitalu. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/4671/125%20-%20131.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
9. Haraščuk O. V., Kucenko V. I. Kontent faxovoji osvity: analiz, ocinka, perspektyvy rozvytku. Ekonomičnyj analiz: zb. nauk. prac'. «Ekonomična dumka». 2016. Tom 24. № 1. P. 7–15.

10. Hordijenko L. A. Naukovo-metodolohični pidxody finansuvannja social'nyx vyplat malozaxyščenym verstvam naselennja. Elektronne naukovе faxovе vydannja z ekonomičnyx nauk "Modern Economics". № 13. 2019. P. 65–70.
11. Jedyňyj sposib podolaty bidnist' v Ukrajinі – zaoščadžuvaty. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/26/650940/>.
12. Klevčik L. L. Šljaxy podolannja problemy bidnosti v sučasnyx hlobalizacijnyx umovax. Naukovi zapysky Nacional'noho universytetu "Ostroz'ka akademija". Serija "Ekonomika". 2018. № 11 (39). P. 9–13.
13. Kovalenko N. V. Bidnist' jak social'no-ekonomična katehoriја. Deržavne budivnyctvo. 2007. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_10.
14. Kravčenko M. V. Osoblyvosti deržavnoji polityky ščodo podolannja bidnosti v Ukrajinі. Demohrafiја ta social'na ekonomika. 2011. № 1. P. 135–141.
15. Krjukova O. M., Vasylyk S. K., Huzenko H. M., Kločko V. M., Kryvošejeva N. M. Rehional'ni aspekty staloho rozvytku v Ukrajinі. Ekonomični nauky. Scientific Journal "Science Rise". № 4 (45). 2018. P. 24–30.
16. Nacional'na dopovid' "Čili rozvytku tysjačolittja. Ukraјina – 2010". K.: Ministerstvo ekonomiky Ukraјiny, 2010. P. 107.
17. Novyj pidxid do borot'by z bidnistju: metody doslidžennja, rezul'taty, uroky dlja Ukraјiny. URL: <http://files.nas.gov.ua/PublicMessages/Documents/0/2019/12/191227122113753-3723.pdf>.
18. Pryxod'ko I. V. Teoretyko-metodolohični pidxody do vyznačennja ponjattja bidnosti. Molodyj včenyj. 2018. № 1 (53). P. 529–532.
19. Riven' bidnosti v Ukraјini u 2017 roci znyzyvsja na 5% – KMIS. URL: <http://gordonua.com/ukr/news/money/rivenbidnosti-v-ukrajini-u-2017-rotsi-zmenshivsja-na-5-kmis-225925.html>.
20. Stalo vidomo, skil'ky v Ukraјini ljudej žyvut' za mežeju bidnosti. URL: https://zik.ua/news/2019/02/20/stalo_vidomo_skilky_v_ukraini_lyudey_zhyvut_za_mezheju_bidnosti_151424.
21. Furdyčko L. Je., Martynjuk D. Ja., Prokopčuk V. V. Doxody hromadjan jak instrument jix dobrobutu i efektyvnoho rozvytku kraјiny. Molodyj včenyj. № 5 (57). 2018. P. 774–778.
22. Čeren'ko L. M. Problemy bidnosti v Ukraјini: metody vyznačennja ta naprjamy podolannja: avtoref. Dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. ekon. Nauk. K., 2000. P. 5.

УДК 330:334.012.74:330.3(477)

ПРОБЛЕМА ЗВ'ЯЗКУ МІЖ РІВНЕМ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ ТА ЗРОСТАННЯМ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Антоніна Фаріон-Мельник; Віктор Сернецький

Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна

Резюме. Розглянуто соціально-економічну роль та економічну природу місцевих бюджетів у контексті з проведенням бюджетної децентралізації. Підтверджено наукове бачення, що місцеві бюджети є фінансовим потенціалом для економічного розвитку регіонів. Територіальна локалізованість виробничих потужностей дає можливість розвиватися пропорційно від обсягів фінансових ресурсів, які виділяються з місцевих бюджетів для підтримки регіонального розвитку. В умовах проведення повної децентралізації місцевих бюджетів, останні в автоматичному порядку на рівні з інвестиційними ресурсами є механізмом росту регіональної економіки. Встановлено, що бюджетна децентралізація проявляється процесом перерозподілу валового регіонального продукту між органами місцевого самоврядування, населенням та бізнес класами. Одночасно місцеві бюджети залежать від загального економічного стану держави, що створює ефект «бумерангу». Наголошено на функціональних взаємозв'язках місцевих бюджетів з державним. Обґрунтовано концептуальні складові бюджетної децентралізації місцевих рівнів. Визначено рівень впливу бюджетної децентралізації на соціально-економічний розвиток територій, при цьому встановлено появу горизонтальної та вертикальної бюджетної конкуренції, що сприяє посиленню економічного розвитку та покращенню стану виробництва і надання послуг в окремих регіонах. Систематизовано чинники впливу бюджетної децентралізації на підприємницьку активність регіонів. Запропоновано використовувати підтримуючі фінансові важелі впливу на рівні держави з метою захисту регіонів, які перебувають у стагнації. Аргументовано доцільність розроблення інтегральної методики для оцінювання впливу децентралізації бюджетних коштів на регіональний економічний розвиток (за доходами, видатками та трансфертами). Вказано на основні стимулятори та дестимулятори економічного зростання регіонів з метою проведення ефективного реформування структурних елементів місцевих бюджетів для покращення результативності формування їхніх доходів. Доведено необхідність створення спеціальних домінантів державної бюджетної політики для стимулювання соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць.

Ключові слова: бюджет, децентралізація, регіональна економіка, економічний розвиток, диспропорція, збалансованість, систематизація.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.096

Отримано 10.04.2020

UDK 330:334.012.74:330.3(477)

THE PROBLEM OF RELATIONSHIP BETWEEN BUDGET FUNDS DECENTRALIZATION LEVEL AND REGIONAL ECONOMY GROWTH

Antonina Farion-Melnyk; Viktor Sernetskyi

Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Summary. The socio-economic role and economic nature of local budgets in the context of budget decentralization performance are described. The scientific vision that local budgets are financial potential for

regions economic development is confirmed. Territorial localization of production capacities provides the opportunity for proportional development from the financial resources volume allocated by local budgets to the regional development support. Under conditions of the total local budgets decentralization, the latter on an automatic basis along with the investment resources become regional economic growth mechanism. It is determined that budget decentralization is manifested by the redistribution process of the gross regional product between local self-governing authorities, population and business classes. At the same time, local budgets depend on the general economic state status creating the «boomerang» effect. The emphasis is made on the functional interrelationships of local budgets with the state ones. The conceptual components of budget decentralization to the local levels are substantiated. The level of budget decentralization influence on socio-economic development of the areas is defined in this paper, at the same time the occurrence of horizontal and vertical budget competition contributing to economic development and improvement of production and of services supply in certain regions is determined. The factors of budget decentralization influence on the entrepreneurial activity of regions are systemized. It is proposed to use supporting financial pressure at the state level in order to protect stagnant regions. The reasonableness of integrated methodologies development for assessment the impact of budget funds decentralization influence on regional economic development (by income, expenses and transfers) is proved. The main stimulants and disincentives of the regions economic growth for effective reform of the structural elements of local budgets aimed at the improvement of their income formation effectiveness are indicated. The need of creation the special state budget policy nominees for the stimulation of socio-economic development of administrative-territorial units is proved.

Key words: budget, decentralization, regional economy, economic development, disproportion, balance, systematization.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.096

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. Ефективність діяльності місцевого самоврядування визначається рівнем формування та використання коштів місцевих бюджетів, що виступає прямою залежністю від децентралізації в прийнятті бюджетних рішень. Оскільки, бюджетна система в Україні є багаторівневою, то міжбюджетні відносини відіграють важливу роль у формуванні ефективного співвідношення бюджетних ресурсів на регіональному рівні. Одночасно з цим процесом, необхідне підвищення компетенції та відповідальності органів місцевого та регіонального рівнів самоврядування у процесі розподілу бюджетних коштів з метою їхнього ефективного використання для економічного розвитку областей та відповідних територій. За умов правильного перерозподілу бюджетних коштів, реформа бюджетної децентралізації дасть змогу забезпечити збільшення ресурсів місцевих бюджетів, проте згідно показників останніх років, економічний рівень регіонів не зростає в пропорційному прогресі до акумульованих місцевих фінансових ресурсів. Рівень бюджетної децентралізації в регіонах України, за умов реформування місцевого самоврядування, показує неефективність розподілу бюджетних коштів за тенденцією їхнього спрямування, яке відбувається в основному на вирішення соціальних проблем, оскільки регіональна економіка майже не фінансується, а також відсутні програми фінансової підтримки малого та середнього бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам здійснення бюджетної децентралізації та зростанню рівня регіональної економіки присвячена значна кількість робіт вітчизняних вчених: Т. Г. Бондарук [2], А. М. Вінграновського [1], О. А. Вінницької [2], О. С. Власюк [3], І. З. Сторонянської [5], І. О. Луніної [7], І. А. Побочного [11]. Питанням поточного стану регіональної економіки присвячені праці О. Ю. Амосова [4], Л. М. Матросової [8], Г. І. Мостового [4], Г. С. Одінцової [4], Т. А. Приходченко [12] та Л. О. Пруднікової [8].

Метою дослідження є визначення взаємозв'язку між децентралізацією бюджетних коштів та рівнем регіонального розвитку.

Постановка завдання. Проаналізувати особливості розвитку регіональної економіки в Україні та сформулювати пріоритетні напрямки децентралізації бюджетних ресурсів з метою забезпечення їхнього раціонального розподілу.

Виклад основного матеріалу. Термін «децентралізація» та його різновиди займають чільне місце в сучасній економічній термінології (перша згадка на території України – 1918 р.). Бюджетна децентралізація в економіці України появилась після впровадження адміністративно-територіальної децентралізації та створення ОТГ. Фінансова децентралізація ототожнюється з бюджетною, оскільки в обох випадках відбувається управління та перерозподіл фінансових ресурсів на територіальних рівнях. Так, Вінницька О. А. наголошує, що бюджетна децентралізація повинна розглядатися в широкому та вузькому розумінні, де за першим підходом – це поділ між владними структурами різних рівнів відповідальності за управління бюджетними ресурсами, а у другому – це наявність певних функцій і повноважень на місцевому рівні, автономія місцевих органів влади в прийнятті самостійних рішень у податково-бюджетній сфері [2]. На даному етапі в державі запроваджена трирівнева бюджетна децентралізація розподілу бюджетних коштів – область (регіон), район та громада. Хоча на думку багатьох науковців та дослідників бюджетна система України має змішану модель – комбінація централізації й децентралізації, яка характеризується відносною автономією органів місцевого самоврядування під патронатом держави. Проте меншість науковців вбачають у бюджетній децентралізації «ієрархічну піраміду компетенцій», що базується на принципі підпорядкування найвищому органу [11, с. 25]. Власюк О. С. вважає, що першим кроком, фінансовою основою та матеріальним підґрунтям децентралізації на державному рівні є саме бюджетна децентралізація [3].

Другою частиною поставленої мети дослідження є виявлення взаємозв'язку між децентралізацією бюджетних коштів та регіональним розвитком. З початку незалежності в Україні під дією певних факторів сформувалися та майже не змінилися такі регіональні особливості:

- 1) виробництво вузькопрофільного спрямування без можливого диференціювання та зміни асортименту продукції;
- 2) низький рівень або повна відсутність конкуренції на регіональному рівні;
- 3) диспропорція в розташуванні потенціалу робочої сили.

Ринкові зміни та циклічні кризи призвели до деструктивних процесів та появи територіальних диспропорцій у розподілі бюджетних коштів. Науковець Вінграновський А. М. виділив основні причини поглиблення рівня диференціації в економічному розвитку регіонів:

- вплив дії механізмів ринкової конкуренції, який спричинив поділ регіонів за їх конкурентними перевагами;
- неефективність механізмів та фіскальної політики державного регулювання та стимулювання регіонального розвитку;
- неоднаковий рівень пристосування до ринкових умов всіх регіонів, оскільки вони мають різну структуру економіки та різну спроможність місцевої влади до втілення реформ на регіональному рівні [1].

На даному етапі, доцільно було б розглянути матрицю показників, які можуть бути корисними для характеристики фінансового-економічного стану регіону:

- рівень доходів місцевих бюджетів та розподіл їх на одну особу, яка проживає на зазначеній території;
- обсяг інвестицій в основний капітал;
- частка міжбюджетних трансфертів у доходах місцевих бюджетів.

Аналіз згрупованих показників повинен дати необхідну інформацію про загальний фінансово-економічний стан регіонів та можливість визначити основні індикатори, які характеризують фінансову самостійність територій. Необхідно зазначити, що процес децентралізації дозволив збільшити доходні частини місцевих бюджетів, проте, не зважаючи на їхню позитивну динаміку, диспропорція в розвитку регіональної економіки залишається суттєвою. Це пояснюється значною виробничою відмінністю регіонів, ресурсним капіталом та кількістю робочої сили. Зростання

економіки регіонів мають пряму залежність від програм підтримки та допомоги малому та середньому бізнесу з місцевих бюджетів, а останні розробляються та фінансуються в залежності від бюджетних доходів. Оскільки структура місцевих бюджетів кардинально змінилася після проведення децентралізації, місцеві бюджети та інвестори стали основними «фінансовими стимуляторами» регіонального розвитку. Власні доходи місцевих бюджетів формуються завдяки податковим, неподатковим та іншим надходженням. За п'ять років процесу впровадження децентралізації – обсяг власних ресурсів місцевих бюджетів зріс до 234 млрд. грн. (рисунок 1) [10].

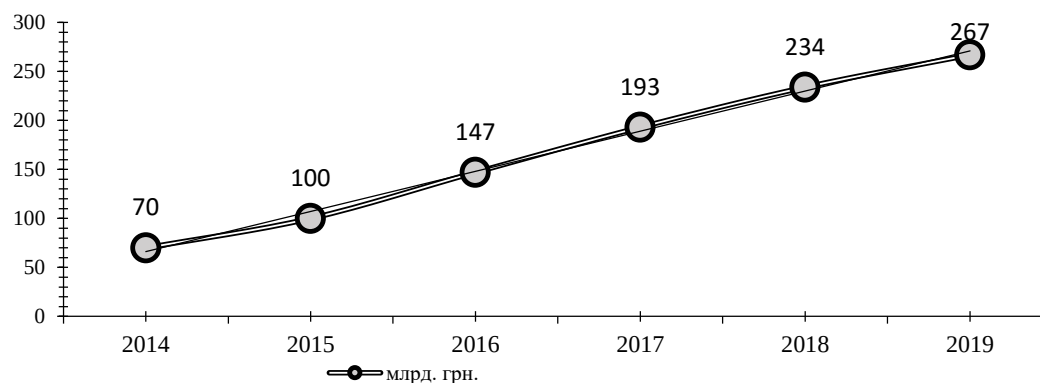


Рисунок 1. Власні доходи місцевого самоврядування, 2014–2019 рр. [10]

Figure 1. Own revenues of local self government, 2014–2019 [10]

Позитивною тенденцією є те, що власні доходи місцевих бюджетів за останні три роки коливаються в межах від 45–47% загальних доходів місцевих бюджетів [6]. Друга частина їхніх доходів надходить з держбюджету у вигляді дотацій та субвенцій на неповоротній основі. В основному ці кошти спрямовуються на підтримку місцевої інфраструктури. Дотації спрямовуються на фінансування поточних потреб ОТГ, а субвенції призначаються для конкретних напрямів використання – освіти, медицину, надання пільг та житлових субсидій населенню, а також на оплату природного газу та на будівництво автомобільних доріг.

Зростання показника інвестицій в основний капітал та середнього рівня доходів місцевих бюджетів у розрахунку на одну особу сприяє зміцненню потенціалу регіону, тому вони виступають стимуляторами економічного росту регіональної економіки. А третій показник є дестимулятором, його зростання свідчить про збільшення залежності регіону від державного бюджету та зниження можливості його розвитку за рахунок внутрішніх фінансових ресурсів.

Проте, практично доведено, що не зважаючи на зростання обсягів власних доходів місцевих бюджетів, вони не спроможні профінансувати економічний регіональний розвиток, оскільки більшість коштів спрямовується на задоволення соціальних потреб. З метою підтримки регіональної економіки навіть почали залучатися кошти Європейських фондів. Так, урядовими експертами наголошено, що в 2018 році розпочалася реалізація 70 регіональних проектів за кошти Європейського Союзу в рамках Програми підтримки секторальної політики України. Загальна сума фінансування – понад 600 млн. грн. Це перші 70 регіональних стартапів, які перемогли в конкурсному відборі за 5 напрямками: інноваційна економіка та інвестиції, сільський розвиток, розвиток людського потенціалу, розвиток туризму, загальноукраїнська солідарність [10].

Науковці ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» стверджують, що «Сучасна економічна карта України засвідчує збереження просторової нерівномірності та міжрегіональних соціально-економічних диспропорцій. Доволі низькі конкурентні позиції України на глобальному ринку, низька інтенсивність інтеграційних процесів у формуванні внутрішнього ринку країни, повільні структурні зрушення, наявність загрозливих тенденцій у розвитку опорного каркасу системи розселення через деградацію сільської поселенської мережі, а нині й нестабільна та загрозлива для української державності політична ситуація не забезпечують якісного економічного зростання» [13].

Поточний стан економічного розвитку регіону повинен оцінюватися за допомогою комбінації трьох типових показників (рисунок 2).

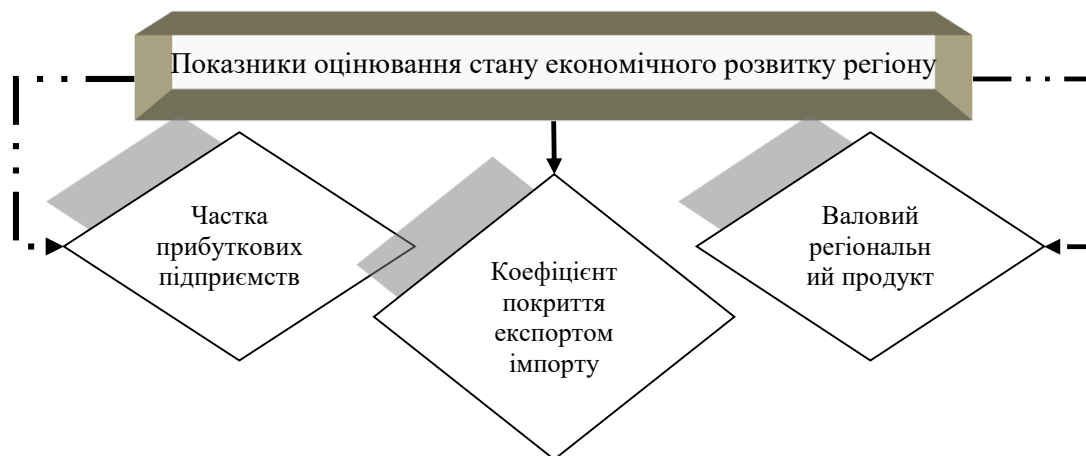


Рисунок 2. Показники оцінювання стану економічного розвитку регіону

Figure 2. Indicators of the region economic development evaluation

На наш погляд, науковці «Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» запропонували найефективнішу та комплексну методику для проведення оцінювання економічного розвитку регіонів України в умовах децентралізації бюджетних коштів за комбінацією різних критеріїв (таблиця 1).

Таблиця 1. Комбінація критеріїв для формування методики оцінювання економічного розвитку регіонів в умовах децентралізації бюджетних ресурсів [5]

Table 1. The combination of criteria for forming the methodology of the regions economic development evaluation under conditions of budget resources decentralization [5]

№	Назва критерію	Характеристика	Методика розрахунку
1	2	3	4
1	Критерій динаміки доходів бюджетів областей	Відображає ступінь переважан-ня індексу росту власних дохо-дів над індексом росту транс-фертів із державного бюджету	$K_1 = \frac{\text{Індекс росту власних доходів}}{\text{Індекс росту трансфертів}} > 1$
2	Критерій структури доходів бюджетів областей	Відображає частку власних доходів у доходах бюджету	$K_2 = \text{Частка власних доходів у зведеному бюджеті області} > 50\%$
3	Критерій структури трансфертів із державного бюджету	Відображає частку дотацій у трансфертах із державного бюджету	$K_3 = \text{Частка дотацій у трансфертах із державного бюджету} \rightarrow \min (< 2\%)$

Закінчення таблиці 1
End of table 1

1	2	3	4
4	Критерій динаміки капітальних інвестицій (КІ)	Відображає ступінь переважання індексу зростання інвестицій із місцевих бюджетів над індексом зростання інвестицій із державного бюджету	$K_4 = \frac{\text{Індекс росту КІ, профінансованих за кошти місцевих бюджетів}}{\text{Індекс росту КІ, профінансованих за кошти державного бюджету}} > 1$
5	Критерій динаміки власних доходів і загальних видатків бюджетів областей	Відображає ступінь переважання індексу зростання власних доходів над індексом зростання видатків	$K_5 = \frac{\text{Індекс росту власних доходів}}{\text{Індекс росту видатків (без трансфертів)}} > 1$
6	Критерій динаміки видатків на економічну діяльність	Відображає ступінь переважання індексу зростання видатків на економічну діяльність над індексом зростання загальних видатків бюджетів областей	$K_6 = \frac{\text{Індекс росту видатків на економічну діяльність}}{\text{Індекс росту видатків (без трансфертів)}} > 1$
7	Критерій динаміки віддачі видатків на економічну діяльність	Відображає ступінь переважання індексу зростання обсягу реалізованої продукції над індексом зростання видатків на економічну діяльність	$K_7 = \frac{\text{Індекс росту обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання}}{\text{Індекс росту видатків на економічну діяльність місцевих бюджетів}} > 1$

Регіональний розвиток можна оцінювати й за групою показників, які поєднують характеристику стану місцевих бюджетів, виробничий стан регіону та ринок праці за методикою поданою Л. М. Матросовою та Л. О. Прудніковою (рисунк 3).

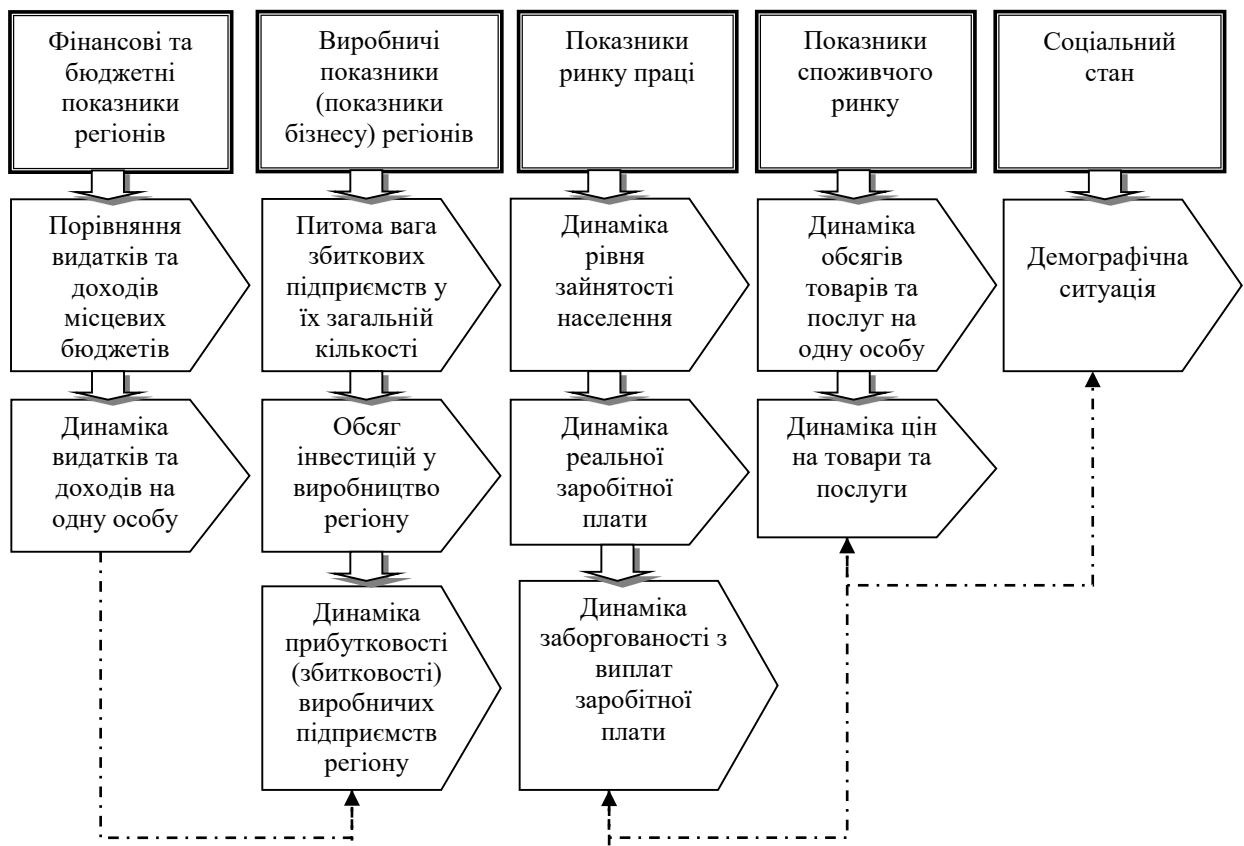


Рисунок 3. Групування показників для оцінювання соціально-економічного розвитку регіонів [8]

Figure 3. Indicators grouping for the regions socio-economic development evaluation [8]

Узагальнюючі статистичні дані показують повільне економічне зростання на регіональному рівні, яке може характеризуватися демографічними змінами та загальним станом економіки в державі. Позитивна тенденція економічного росту спостерігається в тих областях, де переважає більшість міського населення, адже саме малий та середній бізнес займає значну частку в економіці регіонів. Підтвердженням є той факт, що багато областей із західної частини України та центру мають кращі результати економічного розвитку, ніж східні регіони. Позиції областей за соціально-економічним розвитком регіонів (2018 рік) відображено на рисунку 4.

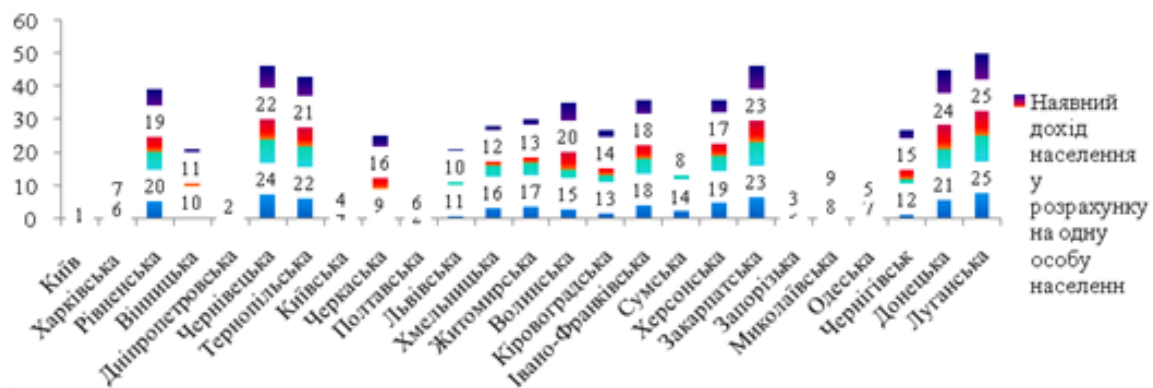


Рисунок 4. Позиції областей за соціально-економічним розвитком регіонів (2018 рік) [9]

Figure 4. Districts positions by regions socio-economic development (2018) [9]

За фінансовою самодостатністю області України займають наступні позиції (рисунку 5).

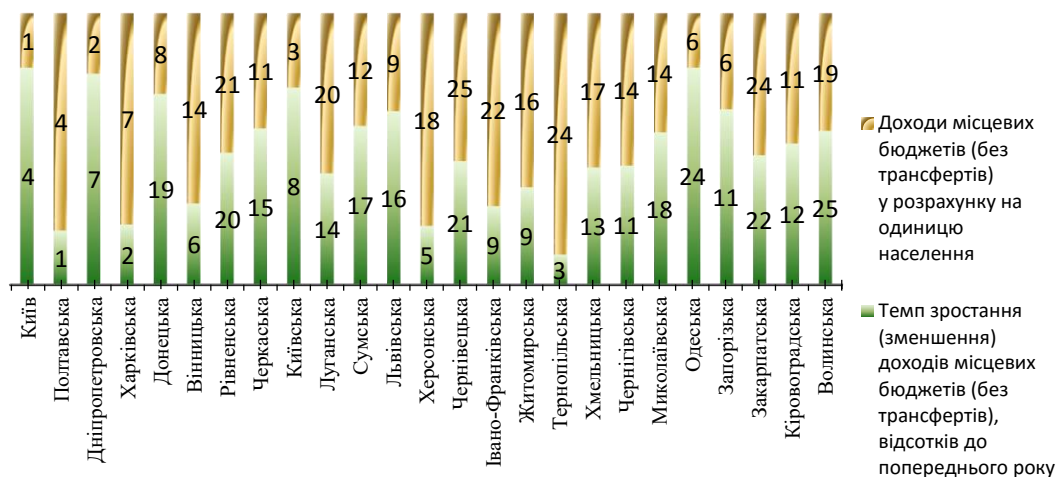


Рисунок 5. Позиції регіонів відповідно до їхньої фінансової самодостатності, 2018 рік [9]

Figure 5. The regions position according to their financial self-sufficiency, 2018 [9]

Економічний розвиток регіону може бути визначений одним із економічних індикаторів – темпом зростання доходів місцевих бюджетів (без трансфертів). Найбільше власних коштів в 2018 р. у процентному співвідношенні, змогли

акумулювати: Полтавська, Дніпропетровська, Харківська, Донецька та Вінницька області, основними доходами яких є надходження від туристичної галузі. Київська область та м. Київ є пріоритетними бізнес-центрами. П'ять областей мають найнижчі показники часток власних доходів у загальних доходах бюджетів: Одеська, Запорізька, Закарпатська, Кіровоградська та Волинська області, у них спостерігається слабо розвинені виробнича та бізнес інфраструктура [9]. Динаміка фінансової самодостатності в областях має незначне позитивне коливання, не зважаючи на те, що деякі регіони показують від'ємні значення у порівнянні з минулим періодом (рисунок 6).

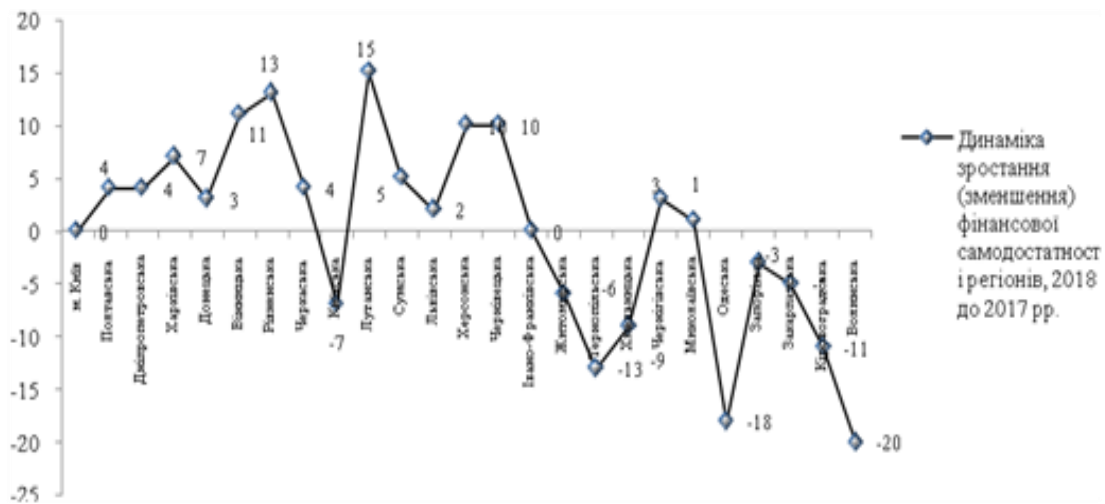


Рисунок 6. Динаміка зростання (зменшення) фінансової самодостатності регіонів: 2018 до 2017 рр. [9]

Figure 6. Dynamics of regions financial self-sufficiency growth (decrease): 2018 to 2017 [9]

У комплекс оцінювання розвитку регіонів можна включати такі компоненти:

- економічна та соціальна згуртованість;
- інвестиційно-інноваційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця;
- розвиток малого та середнього підприємництва;
- ефективність ринку праці;
- розвиток інфраструктури;
- соціальний захист та безпека.

Хоча багато регіонів показують високу економічну активність (рисунок 7 та 8), прямої залежності між власними надходженнями місцевих бюджетів та регіональним економічним розвитком не спостерігається.

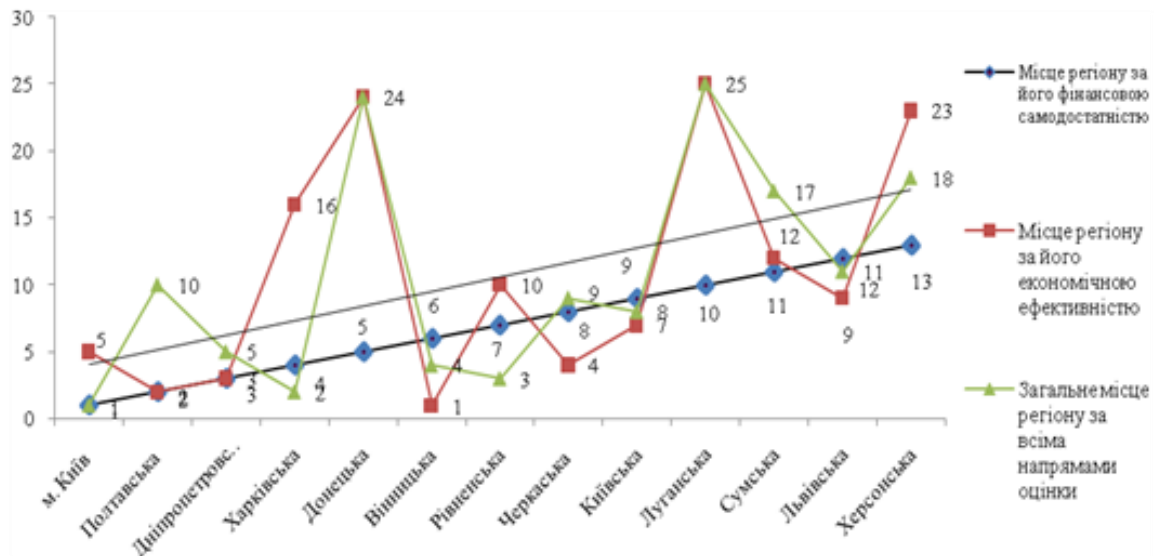


Рисунок 7. Місце регіонів у загальному економічному рейтингу, 2018 [9]

Figure 7. The regions position in general economic rating, 2018 [9]



Рисунок 8. Місце регіонів у загальному економічному рейтингу, 2018 [9]

Figure 8. The regions position in general economic rating, 2018 [9]

Доцільно наголосити, що бюджетна децентралізація в Україні сприяла суттєвому зростанню видатків на соціально-економічну діяльність, які включають в себе видатки на: дорожнє господарство, транспорт, будівництво, зв'язок, телекомунікації та інформатику, сільське та лісове господарство, а також мисливство та рибне господарство. Видатки з місцевих бюджетів на перераховані цілі зумовлені необхідністю державної фінансової підтримки розвитку економіки, проте в державі існують й інші малорентабельні або нерентабельні галузі, які є стратегічно важливими для країни (рисунок 9). На розвиток малоприбуткових галузей місцеві бюджети виділяють багато фінансових ресурсів для того, щоб їхня діяльність прирівнювалася до незбиткової.

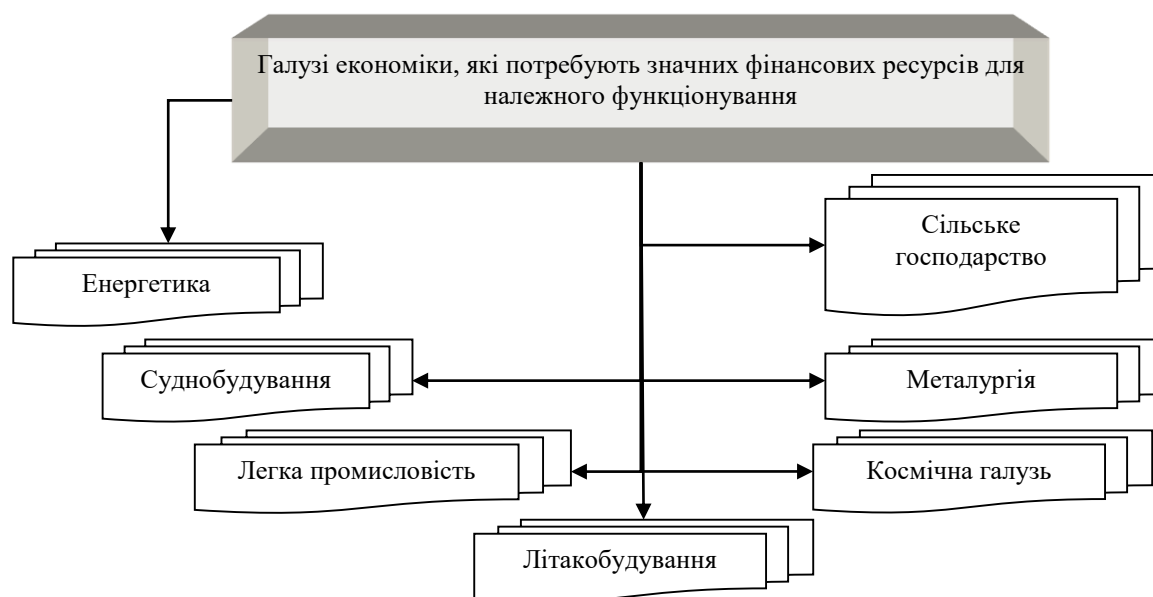


Рисунок 9. Галузі економіки, належне функціонування яких залежить від фінансування з Державного та місцевих бюджетів

Figure 9. Areas of economy whose proper functioning depends on financing from the State and local budgets

Ефективність фінансування економічної діяльності регіонів залежить й від видів цільового надходження фінансових ресурсів з місцевих бюджетів (рисунок 10).

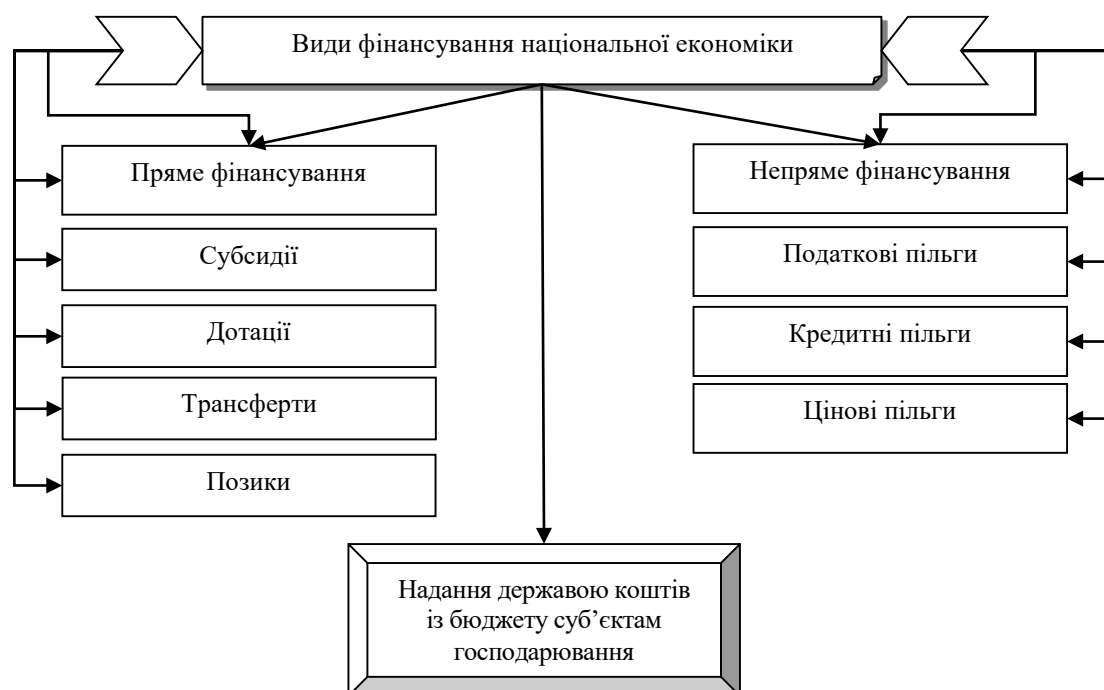


Рисунок 10. Види фінансування національної економіки коштами Державного та місцевих бюджетів

Figure 10. Types of financing the national economy by the State and local budget funds

Проте розвиток окремих галузей економіки, на даний час, характеризується недостатнім обсягом джерел фінансування з місцевих бюджетів, отже залучення іноземних інвестицій набуває особливого значення в умовах розвитку малого та середнього бізнесу на регіональному рівні. Хоча, децентралізація бюджетних коштів спричинила помірне зростання регіональної економіки, інвестори не наважуються вкладати власні ресурси через низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. На економічний розвиток регіонів впливають й ряд інших факторів – рівень залучення інвестиційних ресурсів та потенціал робочої сили. Фактори впливу можна поділити на дві групи, так, на думку Приходченко Т. А. «Сучасний розвиток регіонів як відносно самостійних об'єктів схильний до впливу різних зовнішніх і внутрішніх чинників. Дуже поширеною є ситуація, коли виокремлення впливу таких чинників не можливе через багато обставин (як об'єктивних, так і суб'єктивних)» [12].

Для більш точного оцінювання регіонального економічного розвитку доречно використовувати методику позиціонування регіонів за вибраними заздалегідь показниками. Дана методика дозволяє вибрати з сукупності регіонів лідерів, які мають домінуючі показники по відношенню до інших, а також число аутсайдерів, які мають найнижчі показники в рейтингу. Проте в даному випадку необхідно ретельно вибирати критерії та показники оцінювання. Ряд авторів [4, с. 119] стверджують, що: «вибір питомих показників як порівняльної бази зумовлений тим, що всі регіони України відрізняються один від одного не лише своїми розмірами, але і чисельністю населення, яке проживає на їх території. Використання питомих показників дозволяє нейтралізувати два цих важливих чинники при визначенні об'єктивного оцінювання можливого рівня економічного розвитку регіонів».

Для розвитку регіональної економіки важливу роль також відіграють цільові субвенції. І. О. Луніна стверджує, що: «повноти забезпечення виконання функцій місцевих бюджетів у сфері соціального захисту, а також прийняття заходів щодо підвищення економічного розвитку регіонів та для забезпечення бюджетної збалансованості в контексті реалізації реформи бюджетної децентралізації необхідно запровадити цільові субвенції, а також базову дотацію місцевим бюджетам, тобто розробити нову балансуєчу систему бюджетного вирівнювання. Особливо необхідними є субвенції для освітньої та медичної сфер» [7].

Необхідно наголосити, що бюджетна децентралізація є базою до «Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» [14] в якій зазначається, що: «...децентралізації є відхід від централізованої моделі управління в державі, забезпечення спроможності місцевого самоврядування та побудова ефективної системи територіальної організації влади в Україні, реалізація у повній мірі положень Європейської хартії місцевого самоврядування, принципів субсидіарності, повсюдності і фінансової самодостатності місцевого самоврядування через створення системи об'єднаних територіальних громад...»

Також, необхідно відмітити, що обсяг фінансових ресурсів у місцевих бюджетах не є достатнім для фінансування всіх економічних потреб територій, що має негативний вплив на регіональний розвиток. Для збалансування економічного розвитку регіонів, території з низьким економічним розвитком повинні фінансуватися із Державного чи місцевих спеціальних фондів розвитку.

Висновки. Бюджетна децентралізація – це розподіл місцевих фінансових ресурсів для підтримки соціальних сфер та розвитку пріоритетної регіональної інфраструктури з метою створення належного ринкового та інвестиційного середовища. Економічні і соціальні реформи стали підґрунтям та поштовхом до незначних позитивних зрушень у регіональному розвитку. Проте основною позицією регіонального розвитку повинна бути децентралізація бюджетних коштів. За даними аналізу виконання місцевих

бюджетів за останні роки (2017–2018), можна зробити висновки, що реформа бюджетної децентралізації дала все ж таки позитивні результати. Доходи багатьох місцевих бюджетів показали зростаючу динаміку. Проте збільшення доходів місцевих бюджетів на дало взаємозалежного зростання економіки регіонів, оскільки більшість коштів спрямовується на фінансування соціальних сфер, таких як: освіти, ЖКГ та охорона здоров'я, а малий та середній бізнес залишається фінансово мало захищеним. Видатки з місцевих бюджетів на соціальне забезпечення майже не впливають на рівень економічного розвитку регіонів. Можливі рекомендації щодо подальшої реалізації реформи бюджетної децентралізації полягають у розширенні прав органів влади ОТГ та надання їм більшої бюджетної самостійності.

Conclusions. Budget decentralization is the distribution of local financial resources for supporting social spheres and the development of priority regional infrastructure in order to create proper market and investment environment. Economic and social reforms create the basis and impact for insignificant positive changes in regional development. However, the main position of regional development should be the budget funds decentralization. According to the analysis of the local budgets implementation in recent years (2017–2018) we can come to the conclusion that budget decentralization reform has positive results. Many local budgets revenues shown the increasing dynamics. However, increasing in local budget revenues has no interdependent region economic growth, as most of funds are spent on financing the social sectors such as education, housing and health care, and SMEs are still financially unprotected. And expenditures from local budgets on social security have almost no effect on the regions economic development of the. Possible recommendations for further implementation of the budget decentralization reform are to extend the rights of United Territorial Authorities and to grant them more budgetary autonomy.

Список використаної літератури

1. Вінграновський А. М. Проблема нерівності регіонального розвитку в Україні як сфера державного регулювання. Бюджетна політика. Наукові праці НДФІ. № 2 (51). 2010. С. 12–20.
2. Вінницька О. А., Бондарук Т. Г. Оцінка стану децентралізації місцевих бюджетів України. Економіка України. № 7. 2018. С. 59–75.
3. Власюк О. С. Шляхом децентралізації: виклики, ризики та пріоритети реформування регіонального розвитку в Україні. Регіональна економіка. 2015. № 1. С. 5–18.
4. Одінцова Г. С., Мостовий Г. І., Амосов О. Ю. та ін. Державне управління і менеджмент: навч. посіб. у таблицях і схемах / за заг. ред. проф. Г. С. Одінцової. Х.: ХарПІ УАДУ, 2002. 492 с.
5. Децентралізація в Україні та її вплив на соціально-економічний розвиток територій: методичні підходи та результати оцінювання: наукова доповідь / наук. ред. д. е. н., проф. Сторонянса І. З. Львів: ІРД НАНУ, 2018. 144 с.
6. Доходи і видатки місцевих бюджетів: коротко про головне. URL: <http://cost.ua/news/687-revenues-and-expenditures-of-local-budgets/>
7. Луніна І. О. Формування місцевих бюджетів в контексті завдань адміністративно-територіальної реформи. Економіка України. 2006. № 1. С. 23–31.
8. Матросова Л. М., Пруднікова Л. О. Аналіз методик оцінки соціально-економічного розвитку регіонів. Економічний вісник Донбасу. № 3. 2008. С. 69–72.
9. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2018 рік. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. Травень, 2019. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/Reytingova-otsinka-za-2018-rik-prezentatsiyni-materiali.pdf>.
10. Зубко Г. На кінець 2019 року очікуємо 267 млрд. грн. власних доходів місцевих бюджетів, Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/na-kinec-2019-roku-ochikuyemo-267-mlrd-grn-vlasnih-dohodiv-miscevih-byudzhativ-gennadij-zubko>.
11. Побочний І. А. Політико-правові засади децентралізації влади в контексті реформ в Україні. Правова держава: історія, сучасність та перспективи формування в умовах євроінтеграції: матеріали Українсько-польської наук.-практ. конф. (Дніпропетровськ, 15 лист. 2013 р.). Д.: Дніпропетр. держ. ун-т внутр. справ, 2013. С. 24–25.

12. Приходченко Т. А. Реформування місцевого самоврядування в Україні: аналіз, досягнення та проблеми. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2018. № 9 (37). С. 92–96.
13. Територіальний розвиток і регіональна політика в Україні: виклики та пріоритети України / наук. редактор В. С. Кравців. Львів: «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2018. 157 с.
14. Указ президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

References

1. Vinhranovs'kyi A. M. Problema nerivnosti rehional'noho rozvytku v Ukraini yak sfera derzhavnoho rehulyuvannya. Byudzhetsna polityka. Naukovi pratsi NDFI. № 2 (51). 2010. P. 12–20.
2. Vinnyts'ka O. A., Bondaruk T. H. Otsinka stanu detsentralizatsiyi mistsevykh byudzhativ Ukrainy. Ekonomika Ukrainy. № 7. 2018. P. 59–75.
3. Vlasnyuk O. S. Shlyakhom detsentralizatsiyi: vyklyky, ryzyky ta priorytety reformuvannya rehional'noho rozvytku v Ukraini. Rehional'na ekonomika. 2015. № 1. P. 5–18.
4. Odintsova H. S., Mostovyy H. I., Amosov O. Yu. ta in. Derzhavne upravlinnya i menedzhment: navch. posib. u tablytsyakh i skhemakh / za zah. red. prof. H. S. Odintsovoyi. Kh.: Khar'RI UADU, 2002. 492 p.
5. Detsentralizatsiya v Ukraini ta yiyi vplyv na sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok terytoriy: metodychni pidkhody ta rezul'taty otsynuyannya: naukova dopovid' / nauk. red. d. e. n., prof. Storonyans'koyi I. Z. L'viv: IRD NANU, 2018. 144 p.
6. Dokhody i vydatky mistsevykh byudzhativ: korotko pro holovne. URL: <http://cost.ua/news/687-revenues-and-expenditures-of-local-budgets/>.
7. Lunina I. O. Formuvannya mistsevykh byudzhativ v konteksti zavdan' administratyvno-terytorial'noyi reformy. Ekonomika Ukrainy. 2006. № 1. P. 23–31.
8. Matrosova L. M., Prudnikova L. O. Analiz metodyk otsinky sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehioniv. Ekonomichnyy visnyk Donbasu. № 3. 2008. P. 69–72.
9. Monitorynh sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehioniv za 2018 rik. Ministerstvo rehional'noho rozvytku, budivnytstva ta zhytlovo-komunal'noho hospodarstva Ukrainy. Traven', 2019. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/Reytingova-otsinka-za-2018-rik-prezentatsiy-ni-materiali.pdf>.
10. Zubko H. Na kinets' 2019 roku ochikuyemo 267 mlrd. hrn. vlasnykh dokhodiv mistsevykh byudzhativ. Uryadovyy portal. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/na-kinets-2019-roku-ochikuyemo-267-mlrd-grn-vlasnih-dohodiv-miscevih-byudzhativ-gennadij-zubko>.
11. Pobochnyy I. A. Polityko-pravovi zasady detsentralizatsiyi vlady v konteksti reform v Ukraini. Pravova derzhava: istoriya, suchasnist' ta perspektyvy formuvannya v umovakh yevrointegratsiyi: materialy Ukrainy-s'ko-pol's'koyi nauk.-prakt. konf. (Dnipropetrovs'k, 15 lyst. 2013 r.). D.: Dnipropetr. derzh. un-t vnutr. sprav, 2013. P. 24–25.
12. Prykhodchenko T. A. Reformuvannya mistsevoho samovryaduvannya v Ukraini: analiz, dosyahnennya ta problemy. Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu «Ostroz'ka akademiya». Seriya «Ekonomika». 2018. № 9 (37). P. 92–96.
13. Terytorial'nyy rozvytok i rehional'na polityka v Ukraini: Vyklyky ta priorytety Ukrainy / nauk. redaktor V. S. Kravtsiv. L'viv: «Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M. I. Dolishn'oho NAN Ukrainy», 2018. 157 p.
14. Ukaz prezidenta Ukrainy «Pro Stratehiyu staloho rozvytku «Ukrayina-2020». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

УДК 338.439.5:637

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ

Аліса Шевченко; Ольга Петренко

Одеський державний аграрний університет, Одеса, Україна

Резюме. Значення молочної галузі в Україні важко переоцінити, тому актуальним питанням є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку в Україні. Визначено, що зміни у розвитку молочної скотарства негативно впливають на соціально-економічний розвиток країни та є складовою продовольчої безпеки. Серед основних факторів скорочення виробництва молочної продукції виділено: зниження купівельної спроможності українців, ускладнення виходу продукції на світові ринки в зв'язку із незадовільними показниками якості, відсутність діючої державної підтримки виробників молока, диспаритет цін у сільському господарстві, руйнування системи матеріально-технічного забезпечення. Визначені регіони, що мають сприятливі природно-кліматичні умови для концентрації даного виробництва. Проведено аналіз структурного виробництва молока в Україні та виявлено сильні й слабкі регіони за рівнем молочної продуктивності у господарствах населення. Проаналізовано забезпеченість молоком населення країни. Проведено розрахунок ефективності виробництва молока та виявлено стримуючі фактори розвитку молочної скотарства, а саме: низький рівень закупівельних цін; труднощі із капітальним будівництвом та модернізацією ферм і приміщень через невідповідність кредитної політики фінансових установ для аграріїв; низький рівень інтеграції виробництва та переробки молочної продукції; невисока концентрація поголів'я корів у підприємствах; використання традиційних застарілих технологій у виробництві сировини та інші. Визначено необхідність подальшого розвитку галузі, резервами якого може бути система заходів щодо підвищення молочної продуктивності корів та зниження собівартості виробництва молока. Комплекс заходів на перспективу має включати інноваційні рішення щодо розвитку галузі, в основі якого є біотехнології, прогресивні системи годівлі тварин, сучасне техніко-технологічне забезпечення, використання ІТ-технологій, селекційно-племінна робота та енерго-і ресурсозбереження.

Ключові слова: молочна галузь, молочне скотарство, розвиток, велика рогата худоба, виробництво молока, продуктивність, резерви розвитку.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.109

Отримано 21.03.2020

UDC 338.439.5:637

TRENDS OF DAIRY BREEDING DEVELOPMENT IN UKRAINE

Alisa Shevchenko; Olga Petrenko

Odessa State Agrarian University, Odessa, Ukraine

Summary. The importance of the dairy industry in Ukraine is difficult to overestimate, therefore the investigation of the current state and prospects of development in Ukraine is very important. It is determined that changes in the dairy breeding development have negative impact on the socio-economic development of the country and are the components of food security. Among the main factors of the dairy production decline are the following: decrease in Ukrainians purchasing power, difficulties of the world markets entry caused by poor quality indicators, lack of active state support for dairy producers, price disparity in agriculture, destruction of the material support system. The regions having favorable natural and climatic conditions for the given production concentration are identified. Analysis of structural milk production in Ukraine is carried out and strong and weak regions by the level of milk productivity in farms business are determined. The population milk supply in the country is analyzed. The milk production efficiency is calculated and motivating factors for dairy breeding development such as: low purchase prices; difficulties with capital construction and modernization of farms and

premises due to the unfavorable credit policy of financial institutions for farmers; low level of dairy production and processing integration; understocking; the use of traditional obsolete technologies in the of raw materials production and others are identified. The importance of further industry development, which reserves can serve as the system of measures for increasing the cows milk producing ability and reducing the milk production cost of milk production is determined. The set of measures for future should include innovative solutions for the industry development based on biotechnology, advanced animal feeding systems, modern technical and technological support, use of IT technologies, breeding programs and energy and resource saving technologies.

Key words: dairy industry, dairy breeding, development, cattle, milk production, productivity, development reserves.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.109

Received 21.03.2020

Постановка проблеми. Молочна галузь є однією із традиційних галузей сільськогосподарського виробництва України, а результати її функціонування визначають розвиток багатьох галузей агропромислового комплексу. Тенденції, що відмічені у виробництві молока, впливають тісною мірою на соціально-економічний розвиток України в цілому, а якість продукції галузі молочного скотарства для кінцевих споживачів є важливою складовою продовольчої безпеки країни.

На ринку молока в Україні склалася нестабільна ситуація протягом останніх років. Негативним явищем є зниження купівельної спроможності українців унаслідок дії системи економічних та політичних факторів у країні. Вихід на світові ринки молочної продукції ускладнюється незадовільними показниками якості вітчизняної молочної продукції та невідповідністю міжнародним стандартам. Також негативно вплинуло на розвиток галузі відсутність діючої державної підтримки виробників молока, диспаритет цін у сільському господарстві, руйнування системи матеріально-технічного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням перспектив розвитку молочного скотарства України у частині прикладних аспектів функціонування господарств присвятили свої праці такі дослідники, як В. Г. Андрійчук, О. М. Васильченко [1], О. А. Волошина [2], Л. С. Запасна [3], М. В. Заходим [4], М. Й. Малік, В. Я. Месель-Веселяк, М. В. Місюк, Т. Л. Мостенська, В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим [7], П. Т. Саблук, А. А. Шевченко, Ю. П. Ковальчук [10].

Проте сучасне становище цієї галузі визначає необхідність дослідження та пошук рішень щодо виявлення резервів розвитку молочного скотарства, які забезпечать стійкий розвиток галузі та задоволення потреб у молочній продукції населення України.

Метою статті є проведення аналізу сучасного стану функціонування галузі молочного скотарства в Україні та виявлення перспектив щодо подальшого розвитку цієї галузі.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд завдань, а саме: виявити динаміку наявності поголів'я, визначити зміни продуктивності в окремих регіонах України та рентабельність молочного скотарства, виокремити основні чинники розвитку галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи тенденції розвитку молочного скотарства України, необхідно ґрунтовніше розглянути саме категорію «розвиток». Слід зазначити, що у сучасній науковій літературі економічній сутності категорії «розвиток» приділено багато уваги. Вагомий поштовх у напрямку зародження ідеї розвитку зробив Е. Кант, який застосував дане поняття першим у розумінні явищ, що протікають в Сонячній системі. Поступово це поняття застосовували й обґрунтовували інші дослідники. Так, наприклад, Г. Гегель пояснював за допомогою категорії розвиток історії людства. Ряд вчених розглядали категорію розвиток з точки зору філософії, економіки та управління. Розглянемо основні визначення економічної сутності терміну «розвиток» в таблиці 1.

Таблиця 1. Трактуювання терміна «розвиток»**Table 1.** Interpretation of the term «development»

Автор [Джерело]	Визначення поняття
Огаренко Т. Ю. [6, с. 265]	Кількісне збільшення параметрів економічної системи, тобто збільшення обсягів продуктів і послуг, які виробляються в економічній системі за певний період (результатів виробництва) за рахунок пропорційного збільшення використовуваних факторів виробництва
Запасна Л. С. [3]	Необоротна, спрямована, закономірна зміна матеріальних й ідеальних об'єктів
Волошина О. А. [2, с. 237]	Поняття органічного, незворотного характеру, спрямоване на покращення наявного об'єкта
Раєвська О. В. [8]	Унікальний процес трансформації відкритої системи у просторі та часі, який характеризується перманентною зміною глобальних цілей його існування шляхом формування нової дисипативної структури і переведенням його в новий аттрактор функціонування
Пономаренко В. С., Трийд О. М., Кизим М. О. [7]	Процес кількісно-якісних змін у системі, ускладнення структури і складу, у результаті чого підвищується її опірність дестабілізуючому впливу зовнішнього середовища й ефективність функціонування

Сформовано авторами за джерелами.

Підсумовуючи дані визначення під розвитком, ми розуміємо складний процес кількісної та якісної прогресивної зміни системи до ефективного її стану під впливом чинників зовнішнього середовища.

Для визначення тенденцій розвитку молочного скотарства, розглянемо результати функціонування галузі в Україні. За даними державної служби статистики України (рисунк 1) з 2015 по 2019 рр. спостерігається скорочення поголів'я великої рогатої худоби та корів.

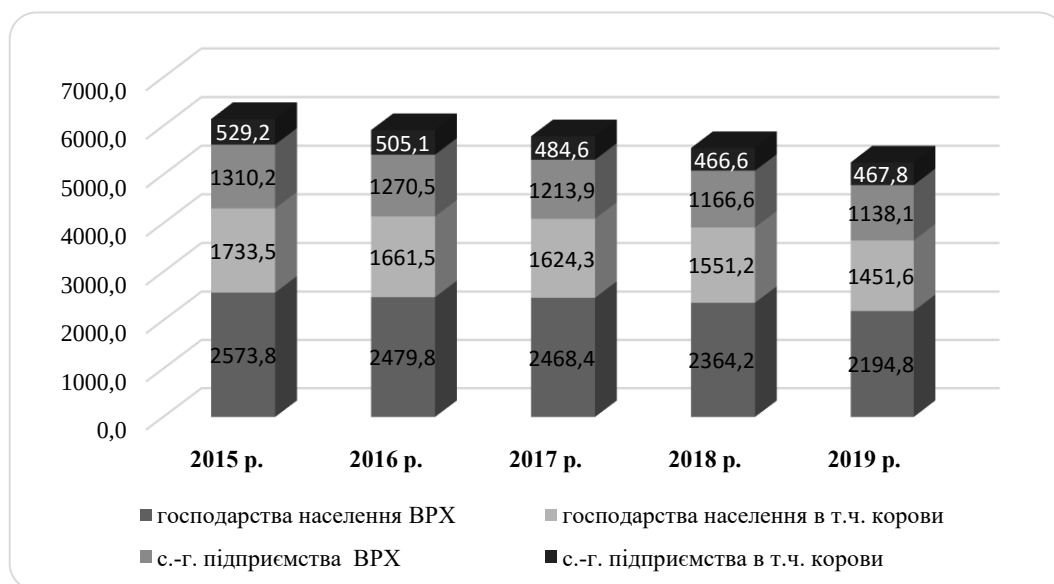


Рисунок 1. Поголів'я тварин у сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення України станом на 1 січня, тис. гол.

Figure 1. Livestock of agricultural farms and enterprises in Ukraine on January 1, thousands of animals
Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

На 1.01.2019 р. порівняно з 2015 р. поголів'я ВРХ скоротилося на 551,1 тис. гол., а корів на 343,3 тис. гол. Слід відзначити, що у 2018 році у сільськогосподарських підприємствах було зосереджено 34,1% поголів'я ВРХ і 65,9% у господарствах населення. У 2018 р. порівняно з 2015 р. поголів'я ВРХ скоротилося у населення на 14,7%, а у підприємствах на 13,1%.

У сільській місцевості одним із можливих шляхів заробітку є утримання корів з метою виробництва молока, що склалося історично традиційно в більшості регіонів України. З моменту здобуття країною незалежності відбулися певні структурні зрушення з розподілу поголів'я корів у населення. Адже у 1991 році лідером серед регіонів була Львівська область, де розміщено 10% корів від усього поголів'я по Україні, Хмельницька (7,3%), Житомирська (6,9%), Івано-Франківська (6,7%), Чернігівська (5,7%) та Вінницька області (5,6%). Зазначені регіони мають сприятливі природно-кліматичні умови для концентрації даного виробництва. Станом на 01.01.2019 року ця традиція поширенішою є у Вінницькій (7,2%), Хмельницькій (7,1%), Львівській (6,6%), Закарпатській (6%), Житомирській (5,9%), Одеській (5,8%) та Івано-Франківській (5,6%) областях (рисунк 2). Зміни відбулися під дією ряду чинників, які спонукали селян знайти інші способи заробітку, у тому числі й за межами України.

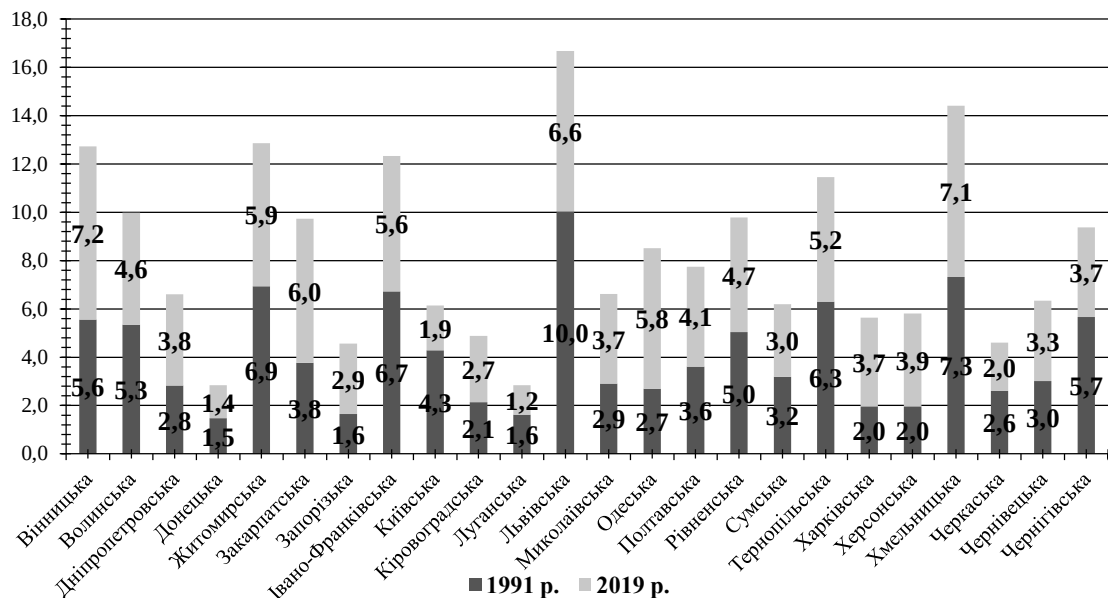


Рисунок 2. Структура наявного поголів'я корів у господарствах населення України в 2019 р., %

Figure 2. Existing livestock structure in Ukrainian farm businesses in 2019, %

Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

Аналіз структурного виробництва молока в Україні надає підстави стверджувати, що основними постачальниками молока є господарства населення. У 2018 р. вони виробили 72,6% молока, а сільськогосподарські підприємства тільки 27,4%. Це є негативним явищем України, що стримує вихід молочної продукції на зовнішні ринки через низьку якість продукції. Але позитивним зрушенням є зростання частки виробленого молока підприємствами починаючи із 2014 р. до 2018 р. у розмірі 3,6%.

Зростання об'ємів виробленого молока на підприємствах України з 2014 р. по 2017 р. на 118,2 тис. т. свідчить про позитивну тенденцію, але у 2018 р. було вироблено 2 млн. 755,5 тис. т., що на 0,4% менше у порівнянні із 2017 роком (рисунк 3).

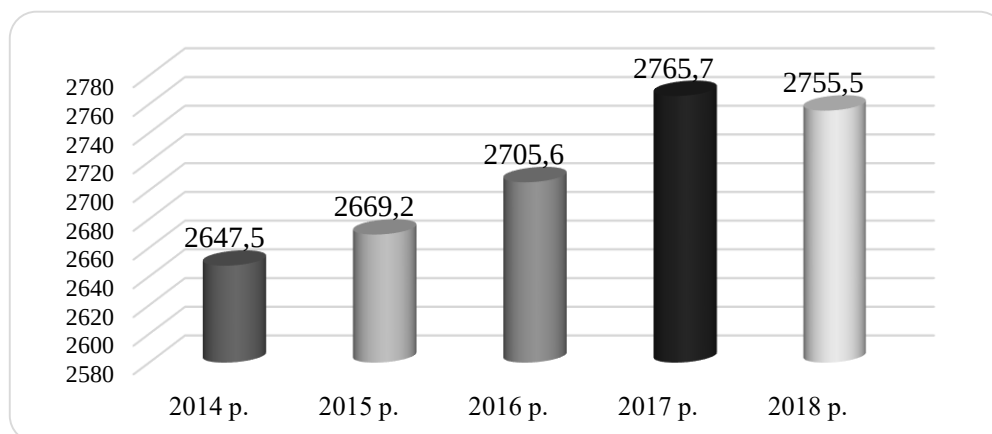


Рисунок 3. Виробництво молока у сільськогосподарських підприємствах України, тис. т.

Figure 3. Milk production at agricultural enterprises of Ukraine, thousand tons

Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

Ефективність виробництва молока за технологічною ознакою характеризує середньорічний надій на 1 корову. Отже, як видно з рисунку 4, починаючи із 2000 р. в Україні відбулося зростання даного показника. Середньорічний надій молока в 2018 р. сільськогосподарськими підприємствами зріс на 52,2%, а в господарствах населення у 2,9 рази. Але слід відмітити, що в підприємствах вищий рівень молочної продуктивності корів ніж у населення. Це є наслідком використання інтенсивніших та сучасніших технологій виробництва молока. Також селяни не займаються покращенням племінних характеристик великої рогатої худоби, що призводить до зниження молочної продуктивності. Не враховується ними й крива росту та спаду молочної продуктивності за лактаціями, що призводить до використання корів у малопродуктивні вікові періоди. У 2018 р. надій молока на 1 корову в сільськогосподарських підприємствах був вищий на 26,3% проти надою молока у господарствах населення і склав 6190 кг. Слід відмітити позитивну тенденцію підвищення рівня молочної продуктивності в Україні. Але світовий досвід показує, що лідерами по продуктивності тварин, зокрема по середньорічному надою від корови, є Ізраїль – 13182 кг, Корея – 10184 кг, США – 10457 кг, Данія – 9749 кг, Естонія – 9176 кг, Канада – 8811 кг, Фінляндія – 8750 кг, Швеція – 8628 кг, Чехія – 8103 кг, Польща – 6357 кг.

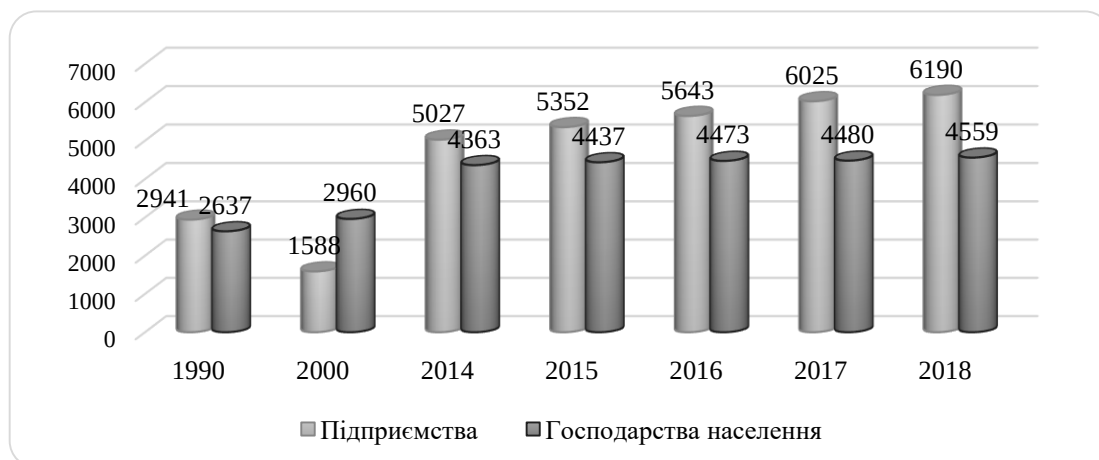


Рисунок 4. Середньорічний надій молока на 1 корову по Україні, кг

Figure 4. Average annual milk yield per 1 cow in Ukraine, kg

Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

Розглянемо рівень молочної продуктивності по регіонах України в середньому за 2016–2018 рр. (рисунок 5). За рівнем молочної продуктивності корів серед сільськогосподарських підприємств лідерами є підприємства Херсонської області (7155,7 кг), Харківської області (6871,3 кг), Київської області (6764,3 кг), Тернопільської області (6521 кг) та Полтавської області (6456,3 кг). Відмітимо, що в Херсонській області середній рівень молочної продуктивності за 2016–2018 рр. вищий від рівня Полтавської області на 10,8%. Відповідно найнижчий рівень молочної продуктивності корів в підприємствах наступних регіонів: Одеської (3766,7 кг), Луганської (4256,7 кг), Чернівецької (4452,7 кг), Львівської (4745,3 кг) та Житомирської областях (4941 кг). Варто зауважити, що в Житомирській області середній рівень молочної продуктивності за 2016–2018 рр. вищий від рівня Одеської області на 31,2%. Відносний розрив між регіоном з максимальним рівнем молочної продуктивності (Херсонська область) за 2016–2018 рр. й мінімальним рівнем (Одеська область) становив майже 90%. Необхідно відмітити, що сільськогосподарські підприємства зазначених регіонів розташовані в однакових природно-кліматичних умовах. Це нівелює даний чинник впливу на результати діяльності в галузі молочного скотарства. Отже, необхідно виокремити вплив на результативність галузі молочного скотарства тільки організаційно-технологічних та економічних факторів.

Наступним кроком у дослідженнях є визначення сильних та слабких регіонів за рівнем молочної продуктивності у господарствах населення. Лідерами є господарства, які розташовані в Київській (6387,7 кг), Полтавській (5641 кг), Черкаській (5395,3 кг), Вінницькій (5185,3 кг) та Донецькій областях (5110,3 кг). Із зазначених регіонів (Полтавська та Київська області) є абсолютними лідерами (як по сільськогосподарським підприємствам так і по господарствам населення).

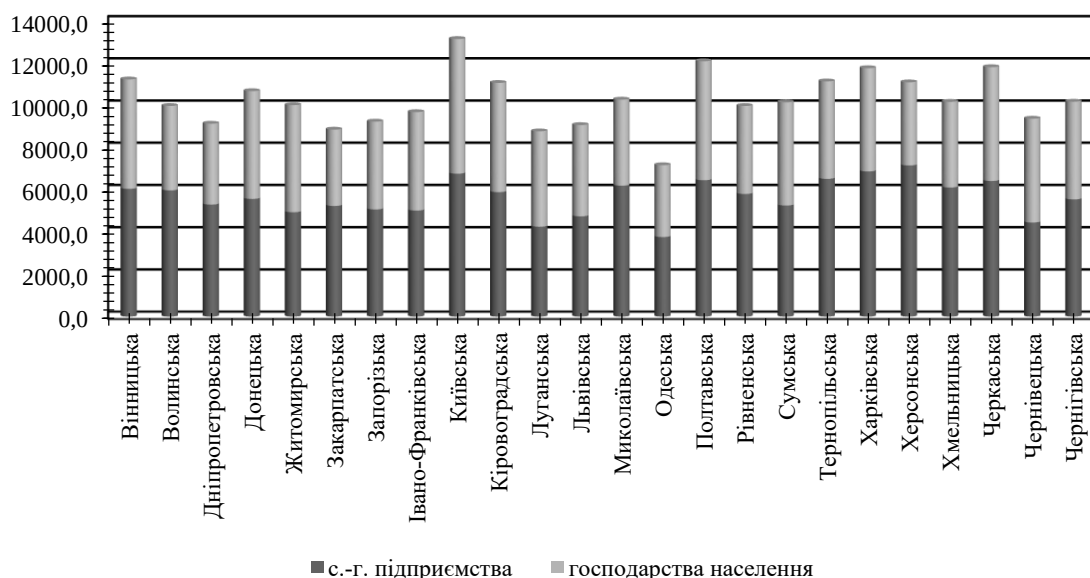


Рисунок 5. Середньорічний надій молока на 1 корову по регіонах України за 2016–2018 рр., кг

Figure 5. Average annual milk yield per cow per regions of Ukraine on average for 2016–2018, kg
Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

Найнижчий рівень молочної продуктивності корів у господарствах населення регіонів: Одеської (3401 кг), Закарпатської (3616 кг), Дніпропетровської (3832,7 кг), Херсонської (3941,3 кг) та Волинської областей (4001,3 кг). Відносний розрив за 2016–

2018 рр. між регіоном з максимальним рівнем молочної продуктивності (Київська область) і мінімальним рівнем (Одеська область) становив 87,8%.

Отже, найнижчий рівень молочної продуктивності корів у середньому за 2016–2018 рр. відмічено в Одеській області. Це необхідно пов'язати із недосконалою системою ведення галузі, а також низьким рівнем використання інноваційних технологій. Варто відмітити, що зростання валового виробництва молока в Україні з 2014 року по 2018 рік здійснювалося інтенсивним шляхом.

У наших дослідженнях актуальним є також питання рівня забезпеченості молоком населення України. У 2018 р. порівняно з 2000 р. виробництво молока скоротилося у розрахунку на 1 особу на 19,3 кг, а по Одеській області 72,4 кг. За рекомендаціями МОЗ України, раціональна річна норма споживання молока й молочних продуктів у перерахунку на молоко має становити 380–395 кг. Така негативна тенденція викликає занепокоєння щодо задоволення потреб суспільства молочною продукцією.

В 2018 році Одеська область посіла 5 місце в рейтингу найменш забезпечених регіонів по виробництву молока у розрахунку на 1 особу (140,6 кг), а перші чотири місця відповідно зайняли Донецька область (44,6 кг), Луганська область (58,8 кг), Дніпропетровська область (91,4 кг) та Київська область (92,1 кг).

У цілому в сільськогосподарських підприємствах спостерігається скорочення витрат кормів на 1 ц молока. Значення показника є обернено пропорційним до рівня молочної продуктивності корів. У 2018 р. порівняно з 2010 р. витрати усіх кормів на 1 ц молока зменшилися на 0,32 ц кормової одиниці й становили 0,86 ц. к. од., концентрованих було витрачено 0,48 ц. к. од.

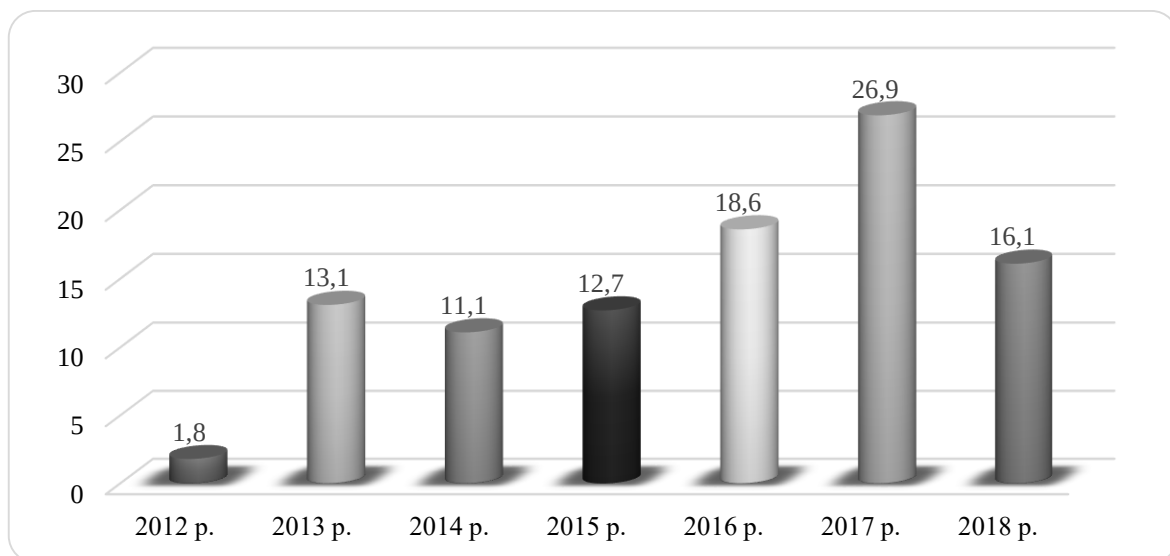


Рисунок 6. Рівень рентабельності виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами України, %

Figure 6. The level of milk production profitability at the agricultural enterprises in Ukraine, %
Побудовано авторами з використанням даних Державної служби статистики України [9].

Одним із основних показників ефективності виробництва є рівень рентабельності. Як видно з рисунку 6, найвищий рівень рентабельності виробництва молока підприємствами відмічено у 2017 р. – 26,9%. Але це дуже низький показник, адже на 1 гривню авансованого у виробництво капіталу отримано було тільки 26,9 копійок прибутку. У 2018 р. показник знизився до рівня 16,1%.

На нашу думку, стримуючими факторами розвитку молочного скотарства в Україні є низький рівень закупівельних цін; труднощі з капітальним будівництвом та

модернізацією ферм і приміщень через невідповідність кредитної політики фінансових установ для аграріїв; низький рівень інтеграції виробництва та переробки молочної продукції; невисока концентрація поголів'я корів на підприємствах; використання традиційних застарілих технологій у виробництві сировини та інші.

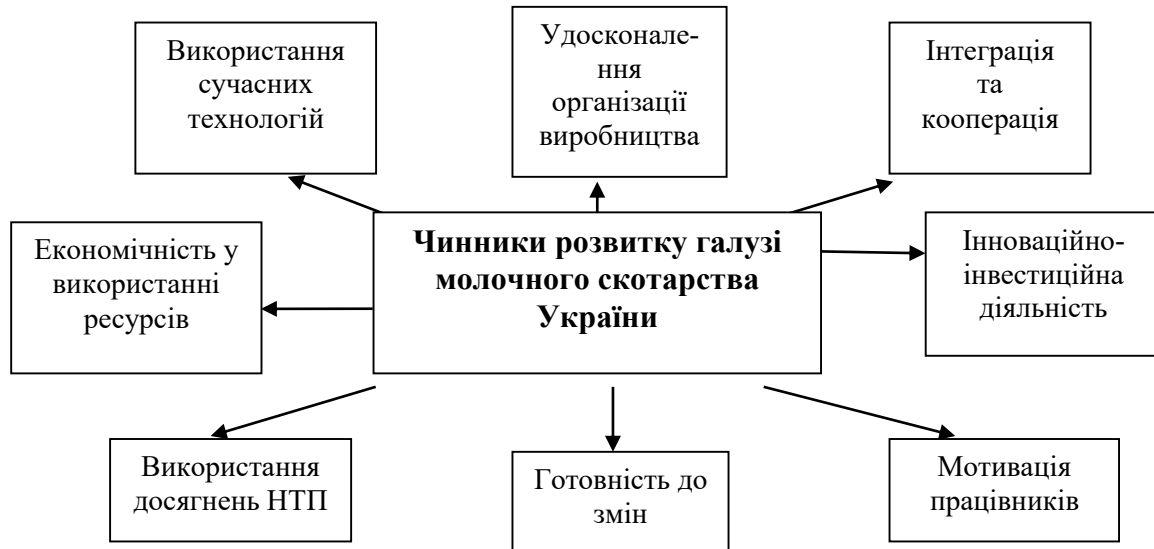


Рисунок 7. Чинники розвитку галузі молочного скотарства

Figure 7. Factors for the dairy breeding development

Джерело: власна розробка.

У сучасних умовах господарювання необхідно, як ми вважаємо, підвищити рівень інтенсифікації, яка підвищить ефективність функціонування галузі молочного скотарства. Подальший розвиток галузі необхідно розглядати системно й комплексно, а тому необхідно визначитися із чинниками розвитку галузі молочного скотарства України (рисунок 7).

Висновки. Проведений аналіз сучасного стану молочного скотарства на території України показав негативні тенденції щодо розвитку цієї галузі. Спостерігається скорочення поголів'я на підприємствах усіх форм власності, в тому числі й у населення. Серед лідерів наявності поголів'я в територіальному розрізі, слід відмітити Львівську, Житомирську, Хмельницьку й Вінницьку області. Проте, продуктивність поголів'я вища в Київській, Харківській, Полтавській та Черкаській областях. Така тенденція може вказувати на інноваційний шлях розвитку цієї галузі у зазначених регіонах. Однак відмічається незадоволення потреб суспільства молочною продукцією. Отже, слід визначити, що галузь молочного скотарства потребує подальшого розвитку, резервами якого може бути система заходів щодо підвищення молочної продуктивності корів та зниження собівартості виробництва молока. Комплекс заходів на перспективу має включати інноваційні рішення щодо розвитку галузі, в основі якого є біотехнології, прогресивні системи годівлі тварин, сучасне техніко-технологічне забезпечення, використання ІТ-технологій, селекційно-племінна робота та енерго- і ресурсозбереження.

Conclusions. The analysis of the current dairy breeding state in the territory of Ukraine showed the negative trends in the development of this sector. Thus, there is the decline in the number of livestock at enterprises of all forms of ownership, including the population. Lviv, Zhytomyr, Khmelnytsky and Vinnytsia regions are among the leaders of the livestock availability in the territorial area. However, the livestock productivity is higher in Kyiv,

Kharkiv, Poltava and Cherkasy regions. Such tendency indicates the innovative way of the industry development in these regions. However, the needs of society in dairy products are not met. Therefore, it should be noted that the dairy farming industry requires further development, with the reserves serving as the system of measures aimed at increasing the milk cow productivity and reducing the milk production cost. The set of measures for future should include innovative solutions for the industry development, based on biotechnology, advanced animal feeding systems, modern technical and technological support, use of IT technologies, breeding programs and energy and resource saving technologies.

Список використаної літератури

1. Васильченко О. М. Світові тенденції розвитку виробництва молока та трансформація молочних ферм. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5986> (дата звернення: 27.10.2019).
2. Волошина О. А. Теоретичні аспекти визначення та сутності економічного розвитку підприємства. Економіка і суспільство. 2018. № 15. С. 237–242.
3. Запасна Л. С. Економічна сутність розвитку підприємства. Проблеми матеріальної культури. Економічні науки. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36354/10-Zapasna.pdf> (дата звернення: 27.02.2020).
4. Заходим М. В. Сучасний стан і тенденції розвитку молочного скотарства в Україні. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. 2016. № 1–2. С. 53–58.
5. Капліна А. С. Поняття «розвиток» у категоріальному апараті теорії розвитку. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2012. № 24 (II). С. 57–63.
6. Огаренко Т. Ю. Категорії «економічний розвиток» і «розвиток економіки»: суть та співвідношення. Сталий розвиток економіки. 2013. № 4. С. 265–268.
7. Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 328 с.
8. Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
9. Сільське, лісове та рибне господарство. Статистичний збірник «Тваринництво України». 2018. URL: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm (дата звернення: 27.08.2019).
10. Шевченко А. А., Ковальчук Ю. П. Інтенсивний розвиток молочного скотарства – майбутнє України. Сучасний менеджмент в агробізнесі: проблеми та рішення: матеріали міжвуз. наук.-практ. інтернет-конференції за міжнародною участю (Одеса, 21 червня 2019 р.). Одеса, 2019. С. 134–139.

References

1. Vasylchenko O. M. Svitovi tendentsii rozvytku vyrobnytstva moloka ta transformatsiia molochnykh ferm. Efektyvna ekonomika. 2017. No. 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5986> (accessed 27.10.2019). [In Ukrainian].
2. Voloshyna O. A. Teoretychni aspekty vyznachennia ta sutnosti ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva. Ekonomika i suspilstvo. 2018. No. 15. P. 237–242. [In Ukrainian].
3. Zapasna L. S. Ekonomichna sutnist rozvytku pidpriemstva. Problemy materialnoi kultury. Ekonomichni nauky. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36354/10-Zapasna.pdf> (accessed 27.02.2020). [In Ukrainian].
4. Zakhodym M. V. Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku molochnoho skotarstva v Ukraini. Ekonomika ta innovatsiyni rozvytok natsionalnoho hospodarstva. 2016. No. 1–2. P. 53–58. [In Ukrainian].
5. Kaplina A. S. Poniattia “rozvytok” u katehorialnomu aparati teorii rozvytku. Ekonomika. Menedzhment. Pidpriemnytstvo. 2012. No. 24 (II). P. 57–63. [In Ukrainian].
6. Oharenko T. Yu. Katehorii “ekonomichni rozvytok” i “rozvytok ekonomiky”: sut ta spivvidnoshennia. Stalyi rozvytok ekonomiky. 2013. No. 4. P. 265–268. [In Ukrainian].
7. Ponomarenko V. S., Trydid O. M., Kyzym M. O. Stratehiia rozvytku pidpriemstva v umovakh kryzy: monohrafiia. Kharkiv: VD “INZhEK”, 2003. 328 p. [In Ukrainian].
8. Raevniieva O. V. Upravlinnia rozvytkom pidpriemstva: metodolohiia, mekhanizmy, modeli: monohrafiia. Kharkiv: VD “INZhEK”, 2006. 496 p. [In Ukrainian].
9. Silske, lisove ta rybne hospodarstvo. Statystychnyi zbirnyk “Tvarynnytstvo Ukrainy”. 2018. URL: www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm (accessed 27.08.2019). [In Ukrainian].
10. Shevchenko A. A., Kovalchuk Yu. P. Intensyvnyi rozvytok molochnoho skotarstva – maibutnie Ukrainy. Suchasnyi menedzhment v ahrobyznese: problemy ta rishennia: materialy mizhvuz. nauk.-prakt. Internet-konferentsii za mizhnarodnoiu uchastiu (Odesa, 21 chervnia 2019 r.). Odesa, 2019. P. 134–139. [In Ukrainian].

УДК 330.16:331.5.024.5

КОГНІТИВНІ УПЕРЕДЖЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОВЕДІНКОВІ МОДЕЛІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПРАЦІ

Наталія Якимова

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна*

Резюме. Досліджено когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці. Встановлено, що основними причинами, що зумовлюють вибір помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність у суб'єктів необхідної інформації для здійснення раціонального вибору та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що обмежують дії суб'єкта ринку праці; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. У даному дослідженні когнітивні упередження суб'єктів ринку праці визначено, як систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми. Запропоновано критерії систематизації когнітивних упереджень, що впливають на поведінкові моделі. Було виявлено, що когнітивні упередження впливають на моделі поведінки суб'єктів ринку праці в ситуації вибору. Психологічні ефекти, що обмежують раціональну поведінку суб'єктів, співвіднесені з такими категоріями, як зовнішній вплив, власний досвід, ризик, раціональність, інформація, час, для більш точного опису поведінки суб'єктів ринку праці, які роблять вибір у ситуації з обмеженими ресурсами. Зроблено висновок, що в реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації збільшує витрати суб'єктів ринку праці на прийняття рішення. Доведено, що при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що досліджені когнітивні упередження призводять до зниження ефективності дій суб'єктів. Зміни, що відбуваються в сучасній економіці, вимагають вивчення, обліку та врахування когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень.

Ключові слова: когнітивні упередження, поведінкові моделі, суб'єкти ринку праці.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Отримано 10.04.2020

UDC330.16:331.5.024.5

COGNITIVE BIASES AND THEIR IMPACT ON BEHAVIORAL MODELS OF LABOR MARKET ENTITIES

Nataliia Yakymova

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. Cognitive biases and their impact on behavioral models of labor market entities are investigated in this paper. It is determined that the main reasons for the choice of wrong behavioral models by the labor market entities are, firstly, the lack of necessary information for the entities to make the rational choices and the absence of accounting restrictions on the information by other contractors; secondly, the existence of external factors limiting the actions of the labor market entities; thirdly, the peculiarities of the entities physical and psychological characteristics, as well as limited resources in decision making. Cognitive biases of labor market entities are defined in the given investigation as systematic patterns of deviation from norm or rationality in judgments arising from dysfunctional beliefs applied in cognitive schemes. The criteria of systematization of cognitive biases influencing the behavioral models are proposed in this paper. It is determined that cognitive biases influence the behavior models of labor market entities their choice. Psychological effects limiting the

rational behavior of labor market entities, related to such categories as external influence, own experience, risk, rationality, information, time, for more accurate description of the behavior of labor market entities who make choices in situations with limited resources. It is concluded that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. It is proved that in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the investigated cognitive biases result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making.

Key words: cognitive biases, behavioral models, labor market entities.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки стає очевидним, що існуюча концепція реалізації економічного вибору суб'єктів ринку праці не може бути вписана тільки в положення теорії раціонального вибору. Парадигма економічної поведінки суб'єктів ринку праці будується на припущеннях, що визначають ірраціональну компоненту процесу прийняття рішень. Водночас методологія поведінкової економіки є конструктивною та дозволяє визначити, осмислити та систематизувати когнітивні упередження, тобто виокремити такі особливості мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці, які впливають на стратегії індивідуальної економічної поведінки, а також можуть пояснювати мотиви поведінки суб'єктів у рамках економічних взаємин. На основі аналізу когнітивних упереджень можливий пошук інструментів згладжування ірраціональних ефектів економічної поведінки суб'єктів ринку праці в різних сферах їх діяльності. За таких умов систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці є актуальною та потребує подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній теорії сформувався цілком стійке уявлення про незмінність властивих суб'єкту ринку праці переваг і його відособленості від зовнішніх умов господарювання. Однак, у сучасних реаліях переваги суб'єкта ринку праці перестають бути постійними і мають неоднорідний випадковий характер, так як можуть будуватися як на раціональній, так і ірраціональній основі. Тому, найбільш значущим теоретичним базисом, що дозволяє пояснити подібні трансформації в системі формування переваг суб'єкта ринку праці є поведінкова економіка, категоріальний апарат якої розробляється такими дослідниками, як М. Аллі, Д. Арієлі, Г. Беккер, Р. Зельтен, Д. Канеман [1], Г. Марковіц, М. Рабін, П. Словіч, Р. Талер, А. Тверські [2], Ю. Фама, Е. Фер, Р. Шиллер та ін. Однак, незважаючи на наявність публікацій і ґрунтовних наукових розробок у цьому напрямку, дослідженню існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці приділяється недостатньо уваги, що зумовлює вибір теми дослідження.

Метою дослідження є систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: розкрити сутність когнітивних упереджень, що виникають в процесі прийняття рішень та вибору моделі поведінки суб'єктами ринку праці; виокремити, проаналізувати та систематизувати існуючі когнітивні упередження, що впливають на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці; дати рекомендації щодо зменшення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці для здійснення їх ефективного коригування.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Під впливом процесів глобалізації та інтеграції відбуваються зміни умов господарювання, що призводять до трансформації поведінкових моделей суб'єктів ринку праці. Подібні економічні зміни задають інші параметри економічних відносин, які ускладнюють процес прийняття рішень, провокуючи зміну базових критеріїв і модифікацію мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці. В силу цього у сучасній економічній системі суб'єкт ринку праці перестає бути повним раціоналізатором власних рішень, так як до критерію раціональності додаються інші параметри вибору, які стають пріоритетними для суб'єкта. Тому економічний вибір суб'єктів ринку праці стає менш передбачуваним, що вимагає від економічної науки осмислення альтернативних детермінант, здатних вплинути на процес прийняття рішень у контексті реальної, а не абстрактної моделі поведінки.

Основними причинами, що зумовлюють вибір нетипових, а іноді й помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність інформації та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що лімітують дії суб'єкта; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. За умови коли когнітивні здібності суб'єкта ринку праці обмежені, існує невідповідність його компетенцій зі ступенем складності розв'язуваних ним проблем, а також він здійснює великі витрати на пошук інформації, суб'єкт схильний робити систематично помилки, що призводить до економічних втрат [3].

Тобто нетипові, ірраціональні моделі поведінки суб'єктів ринку праці зумовлені значним впливом існуючих у суспільстві когнітивних упереджень. У даному дослідженні під когнітивними упередженнями слід розуміти систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми.

На основі існуючих досліджень [4, 5, 6, 7] виокремлено когнітивні упередження, які, по-перше, підтверджені і загально визнані, по-друге, впливають на прийняття рішень саме в економічній сфері. З метою визначення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці, а також на рішення, що ними приймаються для мінімізації ризиків і втрат у ході ринкової взаємодії, в дослідженні систематизовано когнітивні упередження, що пов'язані з: зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці; урахуванням суб'єктом ринку праці власного досвіду; ризиком втрати доходу; відсутністю раціональності при прийнятті рішень; неповноціним обробленням інформації; недооцінкою часу вирішення певних завдань, які зображені на рисунку 1. Розглянемо детальніше систематизовані когнітивні упередження.

До когнітивних упереджень, що пов'язані з зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці, можна віднести упередженість авторитету, упередження зовнішнього впливу, ефект наслідування (ефект приєднання до більшості).

Упередженість авторитету – схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки. У зв'язку з цим суб'єкти ринку праці роблять вибір, ґрунтуючись не на своїх перевагах і можливостях, а на уявленнях осіб, яких вони вважають авторитетними [8]. Інформація від експерта не підлягає критичному аналізу.

Упередження зовнішнього впливу – виняток до «фундаментальної похибки атрибуції», коли суб'єкти ринку праці розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе. Це упередження атрибуції, коли суб'єкти ринку праці надають більше ваги «зовнішнім стимулам» (наприклад, грошова винагорода), ніж «внутрішнім стимулам» (наприклад, отримання нової навички) в інших, але не в собі.

Ефект наслідування (ефект приєднання до більшості) – тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме. Пов'язано з груповим мисленням та стадною поведінкою. Тобто, рішення, ухвалене суб'єктом ринку праці, залежить таким чином від думки та поведінки інших суб'єктів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці враховує власний досвід. Тому для нього притаманний прояв таких когнітивних упереджень: ефект Даннінга-Крюгера, упередження погляду в минуле, ефект ілюзії правди.

КРИТЕРІЙ	КОГНІТИВНЕ УПЕРЕДЖЕННЯ	СУТНІСТЬ КОГНІТИВНОГО УПЕРЕДЖЕННЯ
Зовнішній вплив	Упередженість авторитету	схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки
	Упередження зовнішнього впливу	індивіди розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе
	Ефект наслідування	тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме
Власний досвід	Ефект Даннінга-Крюгера	тенденція для некваліфікованих осіб переоцінювати свої здібності, а експертів недооцінювати свої здібності
	Упередження погляду в минуле	схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися
	Ефект ілюзії правди	тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів
Рациональність	Рационалізація після здійснення вибору	схильність переконувати себе, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений
	Ефект обмеженої раціональності	коли приймаються рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору та часом, доступним для прийняття
	Прийняття бажаного за дійсне	формування переконань і прийняття рішень, не звертаючись до їх раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні
Інформація	Помилка інформації	схильність шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте
	Ефект формулювання	ситуація в якій зроблені висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація
	Ефект невизначеності	схильність уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації
Ризики	Ефект неприйняття ризику	суб'єкт при однаковому очікуваному значенні доходу віддає перевагу встановленому доходу, аніж доходу з ризиком
	Ефект переваги нульового ризику	суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик
	Ефект псевдовпевненості	схильність уникати ризику, коли результат позитивний, та готовність ризикувати, щоб уникнути негативних результатів
Час	Помилка планування	схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання
	Помилка гравця	помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій
	Упередження поширеної інформації	схильність витрачати більше часу на обговорення інформації, яка відома всім, і менше – на ту, яка відома одиницям

Рисунок 1. Систематизація когнітивних упереджень за напрямом їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці

Figure 1. Systematization of cognitive biases according to their influence on behavioral models of labor market entities

Ефект Даннінга-Крюгера – тенденція для некваліфікованих суб'єктів ринку праці переоцінювати свої здібності та схильність висококваліфікованих спеціалістів недооцінювати свої здібності. Суб'єкти з низькою кваліфікацією роблять помилкові висновки та невдалі рішення, але некомпетентність не дозволяє їм це усвідомити. Через це такі суб'єкти ринку праці зверхні до інших та вважають свої здібності вищими за пересічні.

Упередження погляду в минуле – схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися. Таке когнітивне упередження може спричинювати викривлення пам'яті, коли пригадування та відтворення може призвести до неправильних теоретичних висновків.

Ефект ілюзії правди – це тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці не завжди діє раціонально. У даному випадку можливий прояв наступних когнітивних упереджень: раціоналізація після здійснення вибору, прийняття бажаного за дійсне, ефект обмеженої раціональності.

Раціоналізація після здійснення вибору – схильність суб'єктів ринку праці переконувати себе за допомогою аргументів, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений. Тому дуже часто суб'єкт прагне виправдати свій вибір [9]. Раціональність замінюється на легітимізацію вибору в очах суб'єкта, який здійснив вибір, причому якщо зовнішній спостерігач запитає безпосередньо у суб'єкта, чи були прийняті у процесі вибору ним до уваги висловлені в ході раціоналізації міркування, негативної відповіді він не отримає.

Ефект обмеженої раціональності полягає в тому, що коли суб'єкти ринку праці приймають рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору, пізнавальними обмеженнями їх розуму та часом, доступним для прийняття рішення. Приймачі рішень у цьому випадку виступають агентами, що задовольняють свої потреби, намагаючись знайти задовільний, а не оптимальний варіант.

Прийняття бажаного за дійсне – формування переконань і прийняття рішень суб'єктом ринку праці, не звертаючись до доказів або раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні та бажанні [10, с. 44]. Прийняття бажаного за дійсне може привести до небажаних наслідків, вводити в оману. В окремому випадку наслідки такого упередження можуть проявлятися відразу й приносити збитки в короткотерміновій перспективі, суб'єкт вибору зможе проаналізувати причини і сліdstва того, що відбулося, після чого, можливо, ним буде скоригована його поведінка. У загальному ж випадку дуже часто справжніх причин своєї невдачі суб'єкт зрозуміти не зможе і буде відтворювати таку модель поведінки при прийнятті майбутніх рішень.

Обмеження інформації або неправильне її трактування здатні привести до наступних когнітивних упереджень: помилка інформації, упередженість підтвердження, евристика доступності, ефект формулювання, ефект невизначеності, якоріння тощо.

Помилка інформації – схильність суб'єктів ринку праці шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте рішення [10, с. 258–259]. Такого роду схильність може виявлятися в упередженому оцінюванні інформації, коли економічні агенти вважають, що чим більше отримано інформації для прийняття рішень, тим краще, навіть якщо ця додаткова інформація не має принципового значення.

Ефект формулювання – ситуація, в якій зроблені суб'єктами ринку праці висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація [8]. Також виникає

можливість маніпулювання вибором, коли інформація може бути подана в позитивному або негативному ключі, що впливає на результат вибору суб'єктів ринку праці.

Ефект невизначеності – схильність суб'єктів ринку праці уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації [10, с. 372]. При цьому можуть бути відкинуті з самого початку вигідні та перспективні ідеї та новації.

Суб'єкти ринку праці, що опиняються в ситуації, яка пов'язана з ризиком, приймають рішення по-різному. В умовах, коли існують ризики, знаходять своє відображення певні когнітивні упередження, наприклад, неприйняття ризику, перевага нульового ризику, ефект псевдовпевненості.

Ефект неприйняття ризику – суб'єкт ринку праці при одному і тому ж очікуваному значенні доходу віддає перевагу певному встановленому доходу, аніж доходу, що пов'язаний з ризиком [11]. Суб'єкт оцінює корисність, яку він може отримати від запропонованих альтернатив. Для несхильних до ризику суб'єктів втрати будуть важливіші, ніж прибуток, що не дозволяє вибрати їм варіанти інвестування неупереджено.

Ефект переваги нульового ризику – суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик. При цьому ймовірність настання несприятливої події з невеликим ризиком незначна, але суб'єкти ринку праці вважають за краще страхувати саме його, не обираючи і часто навіть не розглядаючи більш вигідні альтернативи, в яких початково високий ризик у 30–50% можна знизити практично з тими ж витратами до 10–20% [12].

Ефект псевдовпевненості – схильність суб'єктів уникати ризикованих ситуацій, коли очікуваний результат позитивний, та готовність йти на ризик, щоб уникнути негативних результатів [12, с. 137]. Цей ефект спостерігається у багатоетапних рішеннях, в яких на попередніх етапах вирішення відмовляються від оцінювання результатів та здійснюють вибір на наступних етапах. Тобто сприйняття ризику відбувається контекстуально, математичного розрахунку ймовірності суб'єкти не здійснюють, а замість цього схилиються до гарантованих альтернатив.

Обмеження або неправильне оцінювання часу при прийнятті економічних рішень може бути пов'язана з наступними когнітивними упередженнями: помилка планування, помилка гравця.

Помилка планування – схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання [8]. Суб'єкти недооцінюють, скільки часу їм знадобиться для виконання завдання, навіть якщо вони вже мали досвід вирішення подібних завдань. При цьому цей ефект впливає тільки на прогнози власних рішень, в той час як сторонній спостерігач, як правило, переоцінює час.

Помилка гравця – помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій. Помилка пов'язана з тим, що, як правило, суб'єкт ринку праці не усвідомлює того факту, що ймовірність бажаного результату не залежить від попередніх результатів випадкової події.

Упередження поширеної інформації – схильність суб'єктів ринку праці витрачати більше часу та енергії на обговорення інформації, яка відома всім (тобто поширеної інформації), і менше – на обговорення інформації, яка відома тільки одиницям (непоширена інформація).

Висновки. Виходячи з вищезазначеного, доцільно зробити висновок, що прояв поведінкових феноменів надає значний вплив на формування переваг економічного вибору в сучасних умовах, у результаті чого суб'єкт ринку праці може включати в стратегію своєї поведінки ірраціональні компоненти, що призводять до наростання

загальної економічної невизначеності. В реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації, що збільшує витрати на прийняття рішення. Тому при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що наведені вище ефекти призводять до зниження ефективності дій суб'єктів. Незважаючи на те, що прийняті на основі поведінкових компонент рішення є складно прогнозованими, дослідження загальних тенденцій у відхиленні від раціональної поведінки дозволяє сучасній економічній науці виробити систему ефективного управління суб'єктивною ірраціональністю, тим самим знизити економічні ризики. Зміни, що відбуваються в економічній ситуації, вимагають обліку когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень. Подальші дослідження впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці дозволять сформулювати конкретні рекомендації щодо створення нових і зміни існуючих норм ринкової взаємодії, які враховуватимуть механізми ірраціональної поведінки суб'єктів.

Conclusions. On the basis of the above mentioned, it is reasonable to conclude that manifestation of behavioral phenomena provides a significant influence on the formation of economic choice advantages in modern conditions, making it possible for the labor market entities to include irrational components in their behavior strategies, resulting in overall economic uncertainty increase. That is, in real situation, that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. Therefore, in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the above mentioned effects result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Despite the fact that decisions made on the basis of behavioral components are difficult to predict, the investigation of general trends in the deviation from rational behavior makes it possible for modern economic science to develop the system of effective subjective irrationality management, thereby reducing economic risks. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making. Therefore, further investigations of the cognitive biases influence on the behavioral models of labor market entities will allow us to formulate specific recommendations for the creation and modification of existing market interaction norms taking into account the mechanisms of entities irrational behavior.

Список використаної літератури

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. TIMS Studies in Management Science. 1979. Vol. 12. P. 313–327.
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. The Journal of Business. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. Heuristics and Biases. Science. 1974. № 185. P. 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases.
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. Business Insider Inc. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1>.

6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html.
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. Review of General Psychology. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. Psychological Science. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. Journal of Marketing Research. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. Thinking and Deciding. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p.
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. The Journal of Economic Perspectives. 1991. № 5 (1). P. 193–206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p.

References

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. TIMS Studies in Management Science. 1979. Vol. 12. P. 313–327. [In English].
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. The Journal of Business. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. Heuristics and Biases. Science. 1974. № 185. P. 1124–1131. [In English]. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases (accessed: 06.04.2020). [In English].
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. Business Insider Inc. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1> (accessed: 05.04.2020). [In English].
6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html (accessed: 04.04.2020). [In English].
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. Review of General Psychology. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. [In English]. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. Psychological Science. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. [In English]. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. Journal of Marketing Research. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. [In English]. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. Thinking and Deciding. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p. [In English].
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. The Journal of Economic Perspectives. 1991. No. 5 (1). P. 193–206. [In English]. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p. [In English].

ACCOUNTING AND TAXATION

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 339.132:631.1

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Олена Мошковська

*Київський національний торговельно-економічний університет,
Київ, Україна*

Резюме. Розглянуті методичні підходи до оцінювання якості фінансово-економічної інформації. Вирішено комплекс завдань з формування понятійного апарату методології оцінювання якості облікової інформації з точки зору теорії і практики оціночної діяльності в межах системи управлінського обліку. Теоретично обґрунтовані поняття «якість облікової інформації», «система показників якості облікової інформації», «система регулювання якості облікової інформації». Ці визначення надають змогу встановити об'єкт оцінювання, яким є сукупність процедур, процесів і ресурсів, спрямованих на формування якісної облікової інформації з боку зовнішніх та внутрішніх учасників бізнес-процесу. Запропоновані шляхи підвищення якості інформації в управлінському обліку, по-перше, розвитком принципів формування облікової інформації, що відповідають реаліям ринкової економіки; по-друге, вдосконаленням механізму регулювання якості облікової інформації з точки зору її збору з урахуванням обраної методики оцінювання й можливостей управлінського обліку дану інформацію зібрати, проаналізувати та надати особам, що приймають управлінські рішення; по-третє, забезпеченням адекватної системи показників якості облікової інформації, необхідної для адекватного оцінювання і методики їх розрахунку. У дослідженні висвітлений підхід до оцінювання якості фінансово-економічної інформації, запропонована в статті методика дозволяє об'єктивно розрахувати ступінь якості управлінської інформації для користувача та є цілком інформативною. Наведені моделі оцінювання критеріїв якості інформації можуть бути видозмінені, доповнені залежно від специфіки діяльності обстежуваного об'єкта або циклів (напрямків) роботи підприємства. Вибір критеріїв якості інформації зумовлений професійним судженням аналітиків і орієнтований на специфіку оцінювання, тому представлені в методиці характеристики можуть доповнюватися. Розроблена методика може знайти широке застосування у визначенні якості облікової інформації в інтересах управління бізнесом та оцінювання об'єктів бізнес-інфраструктури, як частини сучасного управлінського обліку.

Ключові слова: інформація, оцінювання, якість, показники, критерії, модель.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.126

Отримано 04.04.2020

UDC 339.132:631.1

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FINANCIAL AND ECONOMIC INFORMATION QUALITY ASSESSMENT

Olena Moshkovska

Kyiv National Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine

Summary. The paper deals with methodological approaches to the financial and economic information quality assessment. The complex of problems for the formation of the conceptual apparatus of the methodology of accounting information quality assessment from the point of view of the theory and practice of evaluation activities within the management accounting system is solved. The concepts of «accounting information quality», «system of accounting information quality indicators», «system of accounting information quality regulation» are theoretically substantiated. These definitions make it possible to identify exactly the object of assessment, which is the set of procedures, processes and resources aimed at generating qualitative accounting information from external and internal participants in the business process. The ways of improving the information quality in management accounting, firstly, by developing the principles of accounting information corresponding to the market economy realities; secondly, by improving the mechanism for the accounting information quality regulation from the point of view of its collection, taking into account the chosen method of assessment and management possibilities to collect, analyze and provide this information to decision-makers; thirdly, by providing the suitable system of accounting information quality indicators assessment required for proper assessment and their calculation methods. The approach to financial and economic information quality assessment is highlighted in this investigation, the method proposed in this paper makes it possible to calculate effectively the degree of management information quality for the user and is completely informative. The given models of assessment the information quality criteria can be modified, supplemented depending on the specific activity of the investigated object or cycles (directions) of the enterprise operation. The choice of information quality criteria is conditioned by the professional analysts statements and oriented to the assessment specifics, so the characteristics presented in the methodology can be supplemented. The developed methodology can be widely used in determination the accounting information quality in response to business management needs and evaluation of business infrastructure objects as the part of modern management accounting.

Key words: information, assessment, quality, indicators, criteria, model.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.126

Received 04.04.2020

Постановка проблеми. З метою забезпечення ефективного управління сучасним підприємством суттєве значення має система взаємодії елементів планування та контролю, які потребують доповнення інформаційним аспектом. Сталість розвитку організації в умовах ринкового функціонування визначається якістю прийнятих управлінських рішень, ефективність яких багато в чому зумовлена наявністю адекватної та своєчасної інформації для системи підтримки прийняття рішень як складової контролінгу. Сучасні підприємства не можуть обійтися не тільки без виробничих, сервісних та інших технологій, призначених для виробництва продукції і послуг, але й без інформаційних, що забезпечують протікання комунікаційних процесів у функціональних підрозділах організації. Вони дають можливість раціонально розпоряджатися всіма видами ресурсів підприємства, відкривають ряд можливостей ведення бізнесу.

Розуміючи важливість інформації, дослідники обґрунтовують необхідність надання якісної інформації, яка є об'єктом управлінського обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідниками, таким як Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, В. Г. Лісняк, В. М. Поліщук [3], Н. Ю. Єршова [6], В. Є. Єсіпов [7], С. А. Кузнецова [8], Н. Лебідь, А. Мендрул, В. Ларцев, С. Скринько,

Н. Жиленко, В. Пашков [11], обґрунтована ключова роль якості інформації в процесі оцінювання, сформульовані можливості системи управлінського обліку надати таку інформацію, запропонований перелік показників, що характеризують якість інформації.

Водночас відкритим залишаються питання практичного оцінювання якості фінансово-економічної інформації, які потребують свого вирішення.

Метою дослідження є розроблення теоретико-практичних засад оцінювання якості фінансово-економічної інформації в системі управлінського обліку, а також пропозицій по засуванню математичних моделей для такого оцінювання.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: дослідити проблему теоретичного обґрунтування понять «система якості», «система показників якості облікової інформації», «система регулювання якості облікової інформації»; визначити можливості підвищення якості інформації в управлінському обліку та навести моделі, що дозволять обґрунтовано та об'єктивно встановити характеристики облікових даних.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Запорука успішного оцінювання фінансово-економічного стану підприємства, оцінювання бізнесу є якісна інформаційна база. Неможливо оцінювати стан підприємства, не володіючи при цьому інформацією. Інформація, яка необхідна для оцінювання, збирається з різних джерел. При цьому важливо, щоб вона відображала стан зовнішнього (макроекономічного і мікроекономічного) та внутрішнього середовища бізнесу в різні періоди часу.

Оскільки вартість бізнесу є результатом впливу численних взаємопов'язаних факторів та інформація, що необхідна для оцінювання, є системою взаємозалежних інформаційних блоків, серед яких виокремлюються фінансові результати діяльності підприємства. Оціночна інформація класифікується за різними критеріями (рисунк 1).

Всі інформаційні блоки повинні бути взаємопов'язані в просторі і в часі та відповідати основним вимогам, що пред'являються до оціночної інформації:

- достовірність;
- точність;
- комплексність;
- повнота, що досягається формуванням на підприємстві належної ефективно діючої системи управлінського обліку [12].

Слід зазначити, що якість облікової інформації має першочергове значення для учасників процесу управління бізнесом та оцінювання об'єктів бізнес-інфраструктури як частини управлінського обліку, оскільки вищезазначена управлінська система втрачає свою важливість, якщо вона не здатна вирішити проблему «якості» інформації.

Водночас вчені [5, 7] зазначають, що нині не сформовано єдине системне уявлення щодо теорії і методології оцінювання якості облікової інформації, не сформульовані принципи побудови системи регулювання якості та контролю якості облікової інформації, не розроблено систему показників якості облікової інформації.



Рисунок 1. Класифікація інформації, необхідної для процесу оцінювання бізнесу [12]

Figure 1. Classification of information required for the business assessment process [12]

Відображенням вищезазначеної проблеми є наведені у таблиці 1 підстави вибору певних критеріїв якості бухгалтерської інформації, що містяться в працях зарубіжних вчених.

Таблиця 1. Обґрунтування вибору критеріїв якості облікової інформації в працях зарубіжних учених (складено за даними [4, 5, 19, 20])

Table 1. Substantiation of selection of criteria of quality of accounting information in the works of foreign scientists (made according to data [4, 5, 19, 20])

Джерело	Критерії якості бухгалтерської інформації	Головний аргумент для вибору критеріїв
1	2	3
Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуелл [20]	Зрозумілість, достовірність, значущість (релевантність), корисність	Забезпечення достовірності інформації
С. Дж. Грей, Є. Б. Нидлз [5]	Зрозумілість, доречність, надійність, порівнянність, істотність, обмеження (своєчасність, співвідношення між вигодами і витратами)	Полегшення інтерпретації даних та їх актуальність

Закінчення таблиці 1

End of table 1

1	2	3
Е. С. Хендріксен, М. Ф. Ван Бреда [19]	Порівнянність, надійність, істотність, репрезентативна достовірність, пріоритет змісту перед формою, релевантність, однорідність, об'єктивність, прогнозна цінність, цілісність, зворотний зв'язок, корисність, своєчасність, зрозумілість, нейтральність, повнота, послідовність	Значущість інформації для користувачів, її об'єктивність, можливість її аналітичного опрацювання
Ф. Вуд [4]	Своєчасність, об'єктивність, релевантність, повнота, реалізм, надійність, стислість викладу, порівнянність, доступність, постійність	Значимість інформації з точки зору її актуальності

Одночасно західні дослідники [4] рекомендують звертатися до практики інформаційного аудиту, що дає можливість системно і послідовно вирішити проблему вибору оціночних критеріїв, використовуючи при цьому сформовану на підприємстві систему управлінського обліку.

Доцільно оцінювати якість інформації за такими параметрами, як своєчасність, надійність і достовірність, а в якості узагальнюючого показника прийняти суттєвість даних (таблиця 2).

Таблиця 2. Вибір критеріїв якості бухгалтерської інформації для її оцінювання [13]

Table 2. Selection of accounting information quality criteria for its assessment [13]

Критерій якості інформації	Авторське обґрунтування вибору критерію	Значущість критерію
Своєчасність	Забезпечення можливості використання інформації в конкретний період часу; відповідність потребам користувачів у певний часовий проміжок	Облік актуальних показників, що визначають поточний стан діяльності організації у конкретний момент часу
Надійність	Здатність інформації зберігати в часі необхідні функції; підвищення довіри користувачів при відсутності модифікації окремих елементів	Переконливість доказів у правильному і безпомилковому складанні звітності; оцінювання якості роботи технічних засобів контролю; рівень якості отримання, обробки та зберігання облікової інформації
Достовірність	Орієнтир для користувачів, затверджений стандарт забезпечення точності та повноти інформації	Оцінювання якості роботи системи збору інформації, а також внутрішнього контролю при виявленні кількісних і якісних помилок; відповідність вимогам нормативних документів; підтвердження реальності виникнення фактів господарського життя і відображення їх в обліку
Суттєвість	Здатність інформації відображати ключові параметри діяльності організації в усіх суттєвих елементах господарського та економічного життя	Реальна значимість інформації для планування діяльності організації, для корекції вже існуючих планів, для прогнозування результатів господарської та економічної діяльності

Проведений аналіз представлених в сучасній економічній літературі [11, 13] підходів до складу якісних характеристик облікових даних дозволяє виявити основні напрямки осмислення категорії «якості інформації».

Звернемо увагу, що одні вчені [11, 13] вважають якісною інформацію корисною, що є корисною для користувачів, наводячи при цьому різний набір характеристик, який визначається інформаційними потребами різних категорій користувачів інформації.

Інша група авторів [14, 15] стверджує, що якісні характеристики надають інформації надійність і достовірність, забезпечують адекватну інтерпретацію відомостей та свідчать про об'єктивний стан справ в організації.

Слід зауважити, що більшість вчених і фахівців-практиків [2, 10] акцентують увагу на такому критерії якості, як суттєвість, оскільки дане поняття має ключове значення при складанні фінансової звітності.

Проведений у роботі аналіз світового досвіду використання облікової інформації [18, 19, 20] засвідчив, що підвищення якості інформації в управлінському обліку, коли йдеться про оцінювання, може бути досягнуто:

- по-перше, розвитком принципів формування облікової інформації, що відповідають реаліям ринкової економіки;
- по-друге, вдосконаленням механізму регулювання якості облікової інформації з точки зору її збору з урахуванням обраної методики оцінювання і можливостей управлінського обліку дану інформацію зібрати, проаналізувати та надати особам, що приймають управлінські рішення;
- по-третє, забезпеченням адекватної системи показників якості облікової інформації, необхідної для адекватного оцінювання і методики їх розрахунку.

Наведені вище західні дослідники [18, 19, 20] вказують на те, що стосовно до системи обліку мова має йти не просто про «якість інформації», а про «якість облікової інформації», яка є сукупністю характеристик звітності, що здатна задовольняти потреби потенційних професійних користувачів інформації при фактичному її використанні для прийняття рішення.

Властивості звітності – об'єктивна визначеність, виражена при її формуванні у процесі використання користувачами, яка формується факторами всього господарського життя суб'єкта господарювання.

Слід звернути увагу на те, що західних вчені також як головний критерій інформації виділяють корисність. Наприклад, Р. Адамс [16] підкреслює, що необхідність корисності інформації впливає на складання звіту аудитора. При цьому корисною вважається інформація, якій притаманні такі якісні характеристики, як релевантність, надійність і суттєвість. Відсутність таких властивостей облікових даних, як порівнянність і зрозумілість, на думку автора [16], може обмежити корисність бухгалтерської інформації.

Ф. Л. Дефліз, Г. Р. Дженік, В. М. О'рейллі, М. Б. Хірш [17] розглядають корисність доказів, отриманих у ході аудиторської перевірки, вважаючи надійність і своєчасність головними якостями бухгалтерської інформації.

С. В. Пресняков [13] вважає суттєвість інформації ключовим критерієм, який повинен підтвердити аудитор у процесі перевірки з метою забезпечення інформаційної безпеки користувачів. Саме суттєва інформація здатна створити адекватний образ об'єкта у свідомості одержувача.

А. Аренс і Дж. Лоббек [1] стверджують, що думка в аудиторському висновку відноситься виключно до суттєвої інформації, яка буде достовірно інформувати користувачів про якість фінансових показників. Систематизація поглядів вітчизняних [2, 3, 6, 7, 8, 12, 14] і зарубіжних вчених [16, 18, 19, 20] на проблему оцінювання якості інформації аудитором дозволяє зробити висновок, що в сучасній економічній літературі відсутня чітка методика визначення якості інформації, оскільки не знайдено єдиного підходу до вибору сукупності критеріїв.

На основі вивчення робіт зазначених вище авторів [2, 3, 6, 7, 8, 12, 13, 14] з'являється можливість визначити саме поняття «якість облікової інформації» як сукупність її істотних властивостей, які піддаються кількісному оцінюванню на основі сформованої системи показників, всебічно характеризуючи інформацію в плані її достовірності, надійності та точності.

Методика оцінювання якості облікової інформації дозволяє сформулювати визначення:

- «Система якості» як сукупність принципів, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення контролю якості облікової інформації;
- «Система показників якості облікової інформації» як ієрархічна модель, що складається з якісних і кількісних показників, що відображають оцінювання якості облікової інформації;
- «Система регулювання якості облікової інформації» як сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів і ресурсів, спрямованих на формування якісної облікової інформації з боку зовнішніх і внутрішніх учасників бізнес-процесу.
- Якість облікової інформації розкривається через сукупність властивостей або характеристик, які відображають ступінь придатності такої інформації для використання користувачами.

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» інформація, яка надається у фінансовій звітності, повинна бути чітка і зрозуміла її користувачам, за умови, що вони мають достатні знання та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації [9].

Фінансова звітність повинна містити лише доречну інформацію, яка впливає на прийняття рішень користувачами, дає змогу вчасно оцінити минулі, теперішні та майбутні події, підтвердити та скоригувати їх оцінювання, визначені у минулому. Фінансова звітність повинна бути достовірною. Інформація, наведена у фінансовій звітності, є достовірною, якщо вона не містить помилок і перекручень, які здатні вплинути на рішення користувачів звітності.

Із оглядом на існуючий досвід оцінювання якості інформації та спираючися на положення вітчизняного Стандарту [9], з метою об'єктивного оцінювання якості інформації нами розроблені моделі, що дозволяють обґрунтовано встановити характеристики облікових даних.

Наприклад, відсутність помилок у звітних даних характеризує високий ступінь надійності інформації. Тому критерій надійності інформації можна визначити як усереднене значення розміру виявлених помилок за всіма досліджуваними елементами управлінського обліку до їх величини, встановленої в процесі перевірки. Модель надійності матиме наступний вигляд:

$$x_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{|x_i - x_i^*|}{|x_i^*|} \quad (1)$$

де, x_1 – критерій надійності управлінської інформації;

n – кількість показників управлінського обліку, (кількість);

x_i – фактична величина показника управлінського обліку, тис. грн.;

x_i^* – величина показника управлінського обліку за даними аудиту, тис. грн.

Критерій достовірності облікової інформації характеризує ступінь її точності. Можливі сфери виникнення недостовірної інформації доцільно виявити вже на початковому етапі аудиту при аналізі засобів контролю, що забезпечують вхідний інформаційний потік при введенні в систему первинних облікових даних.

У свою чергу модель достовірності матиме наступний вигляд:

$$x_2 = \frac{d_{\text{дохід}} + d_{\text{витрати}}}{X_{\text{дохід}}^* + X_{\text{витрати}}^*} \quad (2)$$

де, x_2 – критерій достовірності управлінської інформації;

$d_{\text{дохід}}$ – величина всіх доходів за недостовірними обліковими документами, тис. грн.;

$d_{\text{витрати}}$ – величина всіх витрат за недостовірними обліковими документами, тис. грн.;

$X^*_{\text{дохід}}$ – розмір фактичних доходів, встановлений під час аудиту, тис. грн.;

$X^*_{\text{витрати}}$ – розмір фактичних витрат, встановлений під час аудиту, тис. грн.

Узагальнюючим критерієм якості інформації слід визнати її суттєвість, яка є індивідуальним показником для кожної організації, оскільки те, що є суттєвим для малого (середнього) підприємства, може не мати ознаки суттєвості для великої компанії. Цей критерій рекомендовано розраховувати за наступною моделлю:

$$x = \sum_{t=1}^s v_t x_t \quad (3)$$

де, x – узагальнюючий критерій якості управлінської інформації;

x_t – значення t критерію якості управлінської інформації;

v_t – значущість (вага) t критерію якості управлінської інформації;

s – кількість критеріїв якості інформації.

Отже, дані моделі, а точніше їх використання, не потребує значного масиву інформації, є відносно простим у плані застосування, може використовуватися в будь-якій ситуації, на будь-якому етапі аналізу фінансово-економічних показників, документів фінансового та управлінського обліку.

Висновки. Дослідження в статті проблем оцінювання якості фінансово-економічної інформації дозволяє зробити висновки, які демонструють авторський внесок у подальший розвиток теорії і практики управлінського обліку. В результаті дослідження вирішено комплекс завдань з формування понятійного апарату методології оцінювання якості облікової інформації з точки зору теорії і практики оціночної діяльності в межах системи управлінського обліку. Теоретично обґрунтовані поняття «система якості», «система показників якості облікової інформації», «система регулювання якості облікової інформації». Ці визначення надають змогу конкретно встановити об'єкт оцінювання, яким є сукупність процедур, процесів і ресурсів, спрямованих на формування якісної облікової інформації з боку зовнішніх й внутрішніх учасників бізнес-процесу. Визначені можливості підвищення якості інформації в управлінському обліку за рахунок розвитку принципів формування облікової інформації, вдосконалення механізму регулювання якості, забезпечення адекватної системи показників якості облікової інформації, необхідної для адекватного оцінювання і методики їх розрахунку. У статті наведені моделі, що дозволяють обґрунтовано встановити характеристики облікових даних. Представлена методика дозволяє об'єктивно розрахувати ступінь якості управлінської інформації для користувача, оскільки є цілком інформативною. Розроблені моделі оцінювання критеріїв якості інформації можуть бути видозмінені залежно від специфіки діяльності обстежуваного об'єкта, його розмірів або циклів (напрямів) роботи конкретного підприємства. Вибір критеріїв якості управлінської інформації зумовлений професійним судженням аналітика і орієнтований на специфіку оцінювання, тому представлені в авторській методиці характеристики безумовно можуть доповнюватися. Розроблена методика може знайти широке застосування у визначенні якості облікової інформації в інтересах управління бізнесом та оцінюванні об'єктів бізнес-інфраструктури, як частини сучасного управлінського обліку.

Conclusions. The investigation of the problems of financial and economic information quality assessment allows to make the conclusions, representing the author's contribution to

further development of the management accounting theory and practice. As the result of the investigation: the complex of problems for the formation of the conceptual apparatus of the methodology of accounting information quality assesment the from the point of view of the theory and practice of evaluation activities within the management accounting system is solved. The concepts of «accounting information quality», «system of accounting information quality indicators», «system of accounting information quality regulation» are theoretically substantiated. These definitions make it possible to identify exactly the object of assessment, which is the set of procedures, processes and resources aimed at generating qualitative accounting information from external and internal participants in the business process. Possibilities for improving the information quality in management accounting by developing the principles of accounting information formation, improving the quality regulation mechanism, providing suitable system of the accounting information quality indicators required for proper assessment and their calculation methods. Presented models make it possible to determine reasonably the characteristics of accounting data. The method presented in this paper allows to calculate effectively the degree of management information quality for the user and is completely informative. The developed models of assessment the information quality criteria can be modified, supplemented depending on the specific activity of the investigated object, its sizes or cycles (directions) of the certain enterprise operation. The choice of management information quality criteria is conditioned by the professional analysts statements and oriented to the assessment specifics, so the characteristics presented in the methodology can be supplemented. In general, the developed methodology can be widely used in determination the accounting information quality in response to business management needs and evaluation of business infrastructure objects as the part of modern management accounting.

Список використаної літератури

1. Аренс Э. А., Лоббек Дж. К. Аудит. Москва: Финансы и статистика, 2001. 551 с.
2. Бурдас О. В. Методи оцінки якості облікової інформації. Економіка та держава. 2014. № 3. С. 54–57.
3. Воротина Л. І., Воротін В. С., Лісняк В. Г., Поліщук В. М.. Оцінка майна в Україні: монографія. Т. 1. Нерухоме майно. Київ: Вид. Європ.університету, 2005. 216 с.
4. Vud F. Bukhhalterskyu ucheta dlya predprynimateley. CH. 1. Accounting for Entrepreneurs. Part 1. Moscow: Askeri, 2002. 250 p.
5. Грей С. Дж., Нидлз Е. Б. Финансовый учет: глобальный подход. Москва: Волтерс Клувер, 2006. 614 с.
6. Єршова Н. Ю. Якість облікової інформації: методичний підхід до оцінювання. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 8. С. 368–374.
7. Єсіпов В. Є. Оцінка бізнесу: повне практичне керівництво: основні принципи, підходи і методи, прикладні аспекти. Москва: Ексмо, 2008. 345 с.
8. Кузнецова С. А. Бухгалтерський облік в системі формування управлінської інформації: методологія та практика: монографія. Мелітополь: ТДАУ, 2007. 297 с.
9. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затв. наказом МФУ від 07.02.13 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
10. Осадча О. О. Методика кількісного оцінювання якості обліково-аналітичної інформації. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Центр Тернопільського національного економічного університету. 2016. Т. 24. № 2. С. 155–161.
11. Лебідь Н., Мендрул А., Ларцев В., Скринько С., Жиленко Н., Пашков В. Оцінка майна і майнових прав в Україні: монографія / за ред. Н. Лебідь. Київ: ООО «Інформаційно-видавнича фірма «Прінт-Експрес», 2007. 688 с.
12. Пострелова А. В., Казакова Е. А. Информация, необходимая для оценки бизнеса. Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Международ. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). Санкт-Петербург: Реноме, 2013. С. 56–59.
13. Пресняков С. О критериях качества в бухгалтерском учете и аудите. URL: <http://www.audit-it.ru/articles/audit/a104/43905.html>.
14. Соколова Е. С. Теоретические основы методики формирования системы показателей для оценки качества бухгалтерской (финансовой) информации. Известия Тульского университета. 2009. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/>.

15. Титенко О. А. Інформація та знання як ключові поняття сучасної політичної економії. Економіка. 2015. Вип. 28. С. 43–50.
16. Adams R. Audit fundamentals. UNITI Publ., 1995. 398 p.
17. Defliz F. L., Dzhenik G. R., O'Reilli V. M., Khirsh M. B. Montgomery Audit / translated from Engl. edited by Ya. V. Sokolov. UNITI Publ., 1997. 542 p.
18. Foster G. Financial Statement Analysis. 2nd ed. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall, Inc., 1986. 625 p.
19. Khendriksen E.S., Van Breda M.F. Theory of accounting. Finansy i Statistika Publ., 2000. 576 p.
20. Nidlz B., Anderson Kh., Kolduell D. Principles of Accounting. Finansy i Statistika Publ., 2000. 496 p.

References

1. Ahrens E. A., Lobbeck J. K. Audyt. Moscow: Finance and Statistics, 2001. 551 p.
2. Bud'ko O. V. Metody otsinky yakosti oblikovoyi informatsiyi. Methods of assessing the quality of accounting information. Economy and State. 2014. No. 3. P. 54–57.
3. Vorotina L. I. Otsinka mayna v Ukrayini: monohrafiya. T. 1. Nerukhome mayno. Property valuation in Ukraine: monograph. T. 1. Real estate. Kiev: View. European University, 2005. 216 p.
4. Vud F. Bukhhalterskyi uchet dlya predprynimateley. CH. 1. Accounting for Entrepreneurs. Part 1. Moscow: Askeri, 2002. 250 p.
5. Hrey S. Dzh., Nydlz E. B. Fynansovyy uchet: hlobal'nyy podkhod. Financial Accounting: A Global Approach. Moscow: Volters Kluver, 2006. 614 p.
6. Yershova N. YU. Yakist' oblikovoyi informatsiyi: metodychnyy pidkhid do otsinyuvannya. The quality of accounting information: a methodological approach to evaluation. Actual problems of economy. 2014. No. 8. P. 368–374.
7. Yesipov V. YE. Otsinka biznesu: povne praktychne kerivnytstvo: osnovni pryntsyipy, pidkhody i metody, prykladni aspekty. Business Valuation: A Complete Practical Guide: Basic Principles, Approaches and Methods, Applied Aspects. Moscow: Exmo, 2008. 345 p.
8. Kuznetsova S. A. Bukhhalters'kyi oblik v systemi formuvannya upravlins'koyi informatsiyi: metodolohiya ta praktyka: Monohrafiya. Accounting in the system of management information formation: methodology and practice: monograph. Melitopol: TDAU, 2017. 297 p.
9. NP(S)BO 1 “Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti”, zatv. nakazom MFU vid 07.02.13 r. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
10. Osadcha O. O. Metodyka kil'kisnoho otsinyuvannya yakosti oblikovo-analitychnoyi informatsiyi. Methods of quantitative assessment of the quality of accounting and analytical information. Economic analysis: Coll. of sciences. wash. Center of Ternopil National Economic University. 2016. T. 24. No. 2. P. 155–161.
11. Lebid' N., Mendrul V., Lartsev V., Skryn'ko S., Zhylenko N., Pashkov V. Otsinka mayna i maynovykh prav v Ukrayini: monohrafiya. Estimation of property and property rights in Ukraine: monograph / za red. N. Lebid'. Kyiv: LLC Print-Express Information and Publishing Company, 2007. 688 p.
12. Postrelova A. V., Kazakova E. A. Ynformatsyya, neobkhodymaya dlya otsenky byznesa. Information needed for business evaluation. Problems and prospects of economics and management: materials II Intern. scientific Conf. (St. Petersburg, June 2013). St. Petersburg, Renome, 2013. P. 56–59.
13. Presnyakov S. O. Kryteryakh kachestva v bukhhalterskom uchete y audyte. On quality criteria in accounting and auditing. URL: <http://www.audit-it.ru/articles/audit/a104/43905.html>.
14. Sokolova E. S. Teoretycheskiye osnovy metodyky formyrovannya systemy pokazateley dlya otsenky kachestva bukhhalterskoy (fynansovoy) ynformatsyy. Theoretical bases of methodology of formation of system of indicators for estimation of quality of accounting (financial) information. Izvestiya of Tula University. 2009. No. 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/>.
15. Tytenko O. A. Informatsiya ta znannya yak klyuchovi ponyattya suchasnoyi politychnoyi ekonomiyi. Information and Knowledge as Key Concepts of Modern Political Economy. Economy. 2015. Vol. 28. P. 43–50.
16. Adams R. Audit fundamentals. UNITI Publ., 1995. 398 p.
17. Defliz F. L., Dzhenik G. R., O'Reilli V. M., Khirsh M. B. Montgomery Audit / translated from Engl. edited by Ya. V. Sokolov. UNITI Publ., 1997. 542 p.
18. Foster G. Financial Statement Analysis. 2nd ed. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall, Inc., 1986. 625 p.
19. Khendriksen E.S., Van Breda M.F. Theory of accounting. Finansy i Statistika Publ., 2000. 576 p.
20. Nidlz B., Anderson Kh., Kolduell D. Principles of Accounting. Finansy i Statistika Publ., 2000. 496 p.



FINANCE, BANKING AND INSURANCE

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

УДК 336.77

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анастасія Балацька

Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна

Резюме. Розглянуто роль та значення кредиту банку у фінансовому забезпеченні розвитку малих і середніх підприємств. Розкрито основні проблеми кредитування банками суб'єктів підприємництва. Охарактеризовано мотиваційні взаємовідносини малих і середніх підприємств та банків з точки зору виробничої необхідності, фінансової можливості та економічної доцільності їх кредитних відносин. Акцентовано увагу на роль державної підтримки у налагодженні ринкових взаємовідносин малого підприємництва і банків. Зосереджено увагу на внутрішніх проблемах малого підприємництва, які перешкоджають процесу кредитування їх банками. Основну увагу в статті приділено клієнтській та партнерській взаємодії банків та малих і середніх підприємств. Розкрито роль банків та регіональних владних структур у стимулюванні інноваційно-інвестиційної діяльності малого підприємництва. Окреслено напрямки стимулювання мікрокредитування малого підприємництва та роль мікрофінансових організацій у фінансовому забезпеченні малих і середніх підприємств в умовах кризових та посткризових періодах. У зв'язку з тим, що в Україні мікрокредитування розвивається лише за двома напрямками (у співпраці з міжнародними фінансовими організаціями через вітчизняні банки та наданням мікрокредитів малому бізнесу із відшкодуванням частини відсотків у рамках співпраці комерційних банків з місцевими органами влади на регіональному рівні), тому найважливішим механізмом мікрокредитування є поєднання банків та небанківських мікрофінансових організацій у дворівневу систему мікрокредитування. Очевидно, що першочерговим завданням для запровадження такого механізму виступатиме законодавче забезпечення роботи мікрофінансових організацій та їх діяльності в частині їхніх прав та обов'язків, що дасть можливість розроблення єдиних стандартів регулювання процедури мікрокредитування.

Ключові слова: кредит, фінансове забезпечення, мікрокредитування, макрофінансові організації, мотиваційні взаємовідносини.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.136

Отримано 10.04.2020

UDC 336.77

DIRECTIONS OF CREDIT SUPPORT IMPROVEMENT FOR BUSINESS ACTIVITY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Anastasiia Balatska

Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Summary. The paper deals with the role and importance of bank credit in the financial support for the development of small and medium-sized enterprises. The main problems of bank lending to business entities are

revealed. The motivational relationships of small and medium-sized enterprises and banks are described in terms of production need, financial capacity and economic feasibility in their credit relations. The role of state support in establishing market relations between small businesses and banks is emphasized. Much attention is paid to the internal problems of small business that impede their lending process by banks. The paper is focused on consumer and partner interaction between banks and small and medium-sized enterprises. The role of banks and local authorities in stimulating innovation and investment activity of small business is defined. The directions of stimulation of small business micro-crediting and the role of microfinance organizations in the financial support of small and medium-sized enterprises under crisis and post-crisis conditions are outlined. Due to the fact that in Ukraine micro-credit is developing only in two directions (in cooperation with international financial institutions by domestic banking and granting micro-credits to small businesses with reimbursement of interest share in the framework of commercial banks cooperation with local authorities at the regional level, therefore the combination of banks and non-banking microfinancial organizations into two-level micro-lending system is the most successful mechanisms. It is evident that the most important task for such mechanism implementation is legislative support of microfinance institutions operation and their activity within their rights and duties, making it possible to develop uniform standards of microcredit procedure regulations.

Key words: credit, financial support, micro-credit, macro-financial organizations, motivational relationships.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.136

Received 10.04.2020

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем кредитного забезпечення діяльності малих і середніх підприємств знайшли своє відображення у публікаціях таких науковців, як О. Вовчак, І. Гуцал, О. Дзюблюк, О. Другов, В. Демкович, Ю. Жежерун, В. Лотоцький. Однак, більшість присвячена розкриттю проблем кредитування, методичних підходів до оцінювання банками кредитоспроможності клієнтів, залишаючи поза увагою дослідження в теорії організації взаємовідносин підприємств та банків, шляхи вдосконалення їх кредитних відносин.

Метою статті є окреслення напрямів взаємодії банків та малих і середніх підприємств на мотиваційній основі – виробничій необхідності, фінансовій можливості та економічній доцільності, здатній вдосконалити процес кредитування малого підприємництва.

Постановка проблеми. В умовах перманентної економічної кризи в Україні, підсиленої політичними проблемами, особливого значення набуває створення сприятливих умов для розвитку малих і середніх підприємств. У цьому контексті важливу роль відіграє стимулювання належного його фінансового забезпечення – залучення кредитів в якості джерел фінансування розвитку підприємництва. Налагодження стратегічного партнерства між суб'єктами підприємництва та банками сприятиме розвитку конкурентного та інноваційного середовища в економіці країни.

Виклад основного матеріалу. Формування системи фінансового забезпечення розвитку малих і середніх підприємств в Україні відбувається на фоні кризових явищ в економіці, військових дій на сході України, а відповідно і відсутності прямої державної фінансової підтримки у зв'язку з відсутністю бюджетного фінансування та управління процесом їх відповідного спрямування через фінансову інфраструктуру. На жаль, до сьогодні не вдалося запровадити власну модель економічного розвитку малих підприємств, тому є потреба в запровадженні найкращих здобутків світового досвіду у сфері фінансової підтримки та стимулювання їх діяльності.

Брак власного капіталу малими та середніми підприємствами, обмеженість доступу їх до ресурсів, фінансового ринку створюють передумови для підвищення ролі банківського кредиту. У цій ситуації це найвагоміше джерело наповнення оборотного капіталу підприємств, інвестицій в основний капітал та джерело інноваційного розвитку підприємництва, потужний важіль впливу на активний розвиток підприємницької діяльності в умовах кризового та пост кризового розвитку економіки. Закордонний досвід підтверджує, що лише за умови пропорційного розвитку та взаємодії різних

економічний підсистем, зокрема банківського сектору та малих і середніх підприємств можливе зростання економіки в цілому.

Залучення банківського кредиту для фінансового забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва є класичною технологією запозичення необхідних фінансових ресурсів. Кредити спрямовуються переважно на придбання основних засобів, поповнення оборотного капіталу, збільшення виробничих запасів тощо. На 01.01.2020 року до банківського сектору України входить 82 ліцензованих банки, з яких 39 – мають іноземні інвестиції, 18 банків із 100% іноземним капіталом і тільки близько 24 банки здійснюють фінансування малого та середнього підприємництва [6]. Згідно аналітичного звіту «Ділові очікування підприємств України», який здійснює НБУ, мале підприємництво має обмежені можливості для отримання кредиту у найближчий час: лише 27% малих і 33,2% середніх підприємств планують подати заяви на отримання кредиту, не зважаючи на зростання потреби у зовнішньому фінансуванні [5]. Хоча переваги кредитування ринку підприємництва для комерційних банків очевидні – це високодохідний бізнес і можливість диверсифікації кредитного портфеля. Однак, проблеми розширення кредитування пов'язані з тим, що банки самі відчують труднощі при видачі кредитів.

Першочерговим завданням фінансового забезпечення підприємництва є активізація банківського кредитування, що стане основою інших форм фінансової підтримки, але розвиток такого ризикового напрямку кредитування, як кредитування малих і середніх підприємств без державної підтримки практично неможливий. У компетенції держави лежить вирішення двох завдань: по-перше, формування стимулюючого законодавства як попиту так і пропозиції, і, по-друге, забезпечити фінансовою підтримкою відновлення процесу кредитування банками вітчизняних підприємств. На етапі виходу із економічної депресії першочергового значення набуває розвиток мікрокредитування, що дозволяє вирішити завдання – подолання обмеженого терміну користування кредитами та доступу до банківських ресурсів. Тому прийняття закону «Про макрофінансову діяльність та макрофінансові організації» має означити параметри такої діяльності, їх правила та обов'язки, розробити єдині стандарти регулювання процедури мікрокредитування, що в кінцевому результаті підвищить привабливість їх для підприємництва.

Основною проблемою у зменшенні загального рівня кредитних ризиків банківської системи є прийняття закону «Про банківський кредит», який би врегулював всі правовідносини між позичальником і боржником та був вигідним як для банку-кредитора, так і підприємництва-позичальника. Це в повній мірі стосується і правовідносин у сфері заставного майна, яке згідно чинного законодавства у разі банкрутства та ліквідації позичальника договори застави і іпотеки вважаються припиненими. Даний закон здатний розширити пропозиції банківських кредитів для підприємства, адже значно зекономить кошти кредитора внаслідок судових позовів та стягнень на предмет застави.

Для активізації кредитування малих та середніх підприємств слід використовувати регуляторні заходи держави у наступних напрямках:

- виваженого пом'якшення монетарної політики з урахуванням темпів інфляції та темпів зростання ВВП, через цілеспрямоване зниження облікової ставки, що стимулюватиме зниження відсоткових ставок за кредитами, тобто розширить платоспроможний попит на них;
- запровадження обмежень щодо ставок по окремих видах депозитів, які носять короткотерміновий характер, що дозволить банкам формувати ресурси для середньотермінового та інвестиційного кредитування;

- розроблення механізмів рефінансування банків для кредитування підприємств, що займаються інвестиційно-інноваційною діяльністю;
- зменшення розміру обов'язкових резервів банків з урахуванням частки кредитів та мікрокредитів, наданих малим підприємствам у загальному обсязі кредитного портфеля, що забезпечить розширення ресурсної бази банків;
- стимулювання розвитку кредитної інфраструктури, що забезпечуватиме зниження ризиків та затрати кредитування підприємницьких структур;
- залучення в Україну коштів міжнародних фондів, міжнародних фінансових організацій та забезпечення доступу до них вітчизняних фінансово-кредитних установ, які спеціалізуються на кредитуванні підприємництва.

Стимулювання розвитку кредитної інфраструктури з боку держави означає сприяння у становленні та розширенні системи установ, що обслуговують кредитні відносини між банком та боржником з моменту їх виникнення і до їх завершення або припинення. До них належать: бюро кредитних історій, оціночні компанії, установи гарантування кредитів, колекторські агентства. Проте, перелік суб'єктів інфраструктури кредитного процесу завжди матиме тенденцію до розширення і з розвитком та вдосконаленням кредитних продуктів банків. Нині в Україні діє сім бюро кредитних історій, але не всі вони працюють прозоро відносно безпеки даних боржників та доброчесності щодо отримання даних, що не викликали би перестороги до цілої системи. Такі перестороги виникають через недоліки ліцензування та нагляду. Так, до 2009 року за ліцензування та нагляд за цим сегментом інфраструктури здійснювало Міністерство юстиції, а з прийняттям Закону України «Про організацію, формування та обіг кредитних історій» ці функції передані Національній поліції, що здійснює регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Доцільніше було б передати функцію нагляду за діяльністю кредитних історій НБУ, який має відповідний досвід у сфері регулювання та нагляду і зможе через банківську систему забезпечити збір інформації відносно позичальників, і тим самим забезпечити точніше оцінювання кредитних ризиків.

Розширенням кредитних відносин між банками та суб'єктами підприємництва і відповідно зменшення його підтримки прямим бюджетним фінансуванням є сприяння розвитку гарантійних установ, які забезпечуються спеціалізованими фондами, державними та місцевими органами влади для пріоритетних галузей економіки, товариствами взаємного гарантування кредитів, що формуються позичальниками-боржниками, комерційними структурами, які реалізують гарантії, як форму вкладення капіталу з метою отримання прибутку тощо. Держава (уповноважений орган державного управління) здатна розширити доступ до схем гарантування кредиту через встановлення правових засад та регулювання діяльності суб'єктів, гарантування кредитів, а також може започаткувати та надавати схеми фінансової підтримки.

Для налагодження дієвої взаємодії банків та підприємницьких структур у кредитному забезпеченні перешкоджають внутрішні проблеми діяльності малих та середніх підприємств, потенціал підприємств сам по собі. Адже багато підприємств малого бізнесу змушені займатися неофіційним бізнесом – існують групи, які не мають наміру розвивати виробництво, створювати конкуренцію, змінювати уставлену економічну діяльність. На тлі незадовільного фінансового стану малих та середніх підприємств банки ставлять жорсткі умови кредитування: фінансовий стан боржника, наявність ліквідної застави, скорочення терміну та розміру кредиту, а також скорочення розміру кредиту відносно вартості ліквідної застави, збільшення відсоткових ставок за кредитами внаслідок високих кредитних ризиків. Тому більшість малих та середніх підприємств не змогли одержати кредити. За цих умов по експертних оцінках до 40% усіх споживчих кредитів залучалися на фінансування підприємницьких структур. Таким чином виникла ще одна проблема, яка перешкоджає кредитуванню банкам

підприємницьких структур – тісний зв'язок грошових потоків від підприємницької діяльності із сімейним бюджетом, що заважає банку реально оцінити фінансовий стан клієнта. На думку банкірів, оцінити бізнес тільки по офіційній звітності доводиться лише у 40% випадків. В умовах високої невизначеності та високих ризиків банки надають переважно короткотермінові кредити обмежених розмірів малим і середнім підприємствам з високою оборотністю капіталу, тобто види діяльності з коротким операційним циклом – торгівельні та посередницькі підприємства. Короткий термін кредитування зумовлений недостатністю довготермінових ресурсів у вітчизняних банках, обмеженим доступом до запозичень на міжнародних ринках, збільшенням резервів у результаті високої проблемності кредитних портфелів, погіршенням платоспроможності позичальників унаслідок кризи та рецесії в економіці. Отже, серед проблем банківського кредитування малого підприємництва слід виділити: високі ризики кредитування, висока вартість кредитних ресурсів та їх короткотермінова структура, короткотерміновий характер кредитування, невисока рентабельність кредитування для банків, труднощі об'єктивного оцінювання реальної кредитоспроможності малого підприємництва, зниження мотивації частини банків до кредитування внаслідок розміщення ними коштів на депозитних сертифікатах НБУ та на придбання ОВДП, брак довготермінових коштів у банках [3, с. 31].

На тлі фінансових проблем малих та середніх підприємств ідеальним для них виступатиме такий банк, який має в асортименті фінансових послуг спеціалізовані програми їх кредитування; спрощені процедури та зменшення терміну опрацювання кредитних заявок на основі спрощеного пакету документів; окремі спеціалізовані підрозділи для обслуговування сектору економіки, які спеціалізуються не за видами фінансових послуг, а за сферами діяльності клієнтів; можливість не лише надавати якісні послуги, але і проводити консультації та освітню допомогу щодо програм кредитування; не очікувати клієнтів, а здійснювати пошук та завойовувати їх; змогу надавати не тільки кредитні послуги, але і комплексно обслуговувати, виплачуючи розрахунково-касове та дистанційне обслуговування розрахунків.

Переваги банків, які спеціалізують на підприємницьких кредитах є те, що вони мають досить широкий вибір спеціальних умов та параметрів, а також можливість комбінувати кілька фінансових продуктів у рамках однієї банківської операції з обслуговування клієнтів.

Отже, для налагодження та стимулювання ринкової взаємодії між малими і середніми підприємствами та банками необхідна мотиваційна основа, яка включає в себе виробничу необхідність взаємовідносин, їх фінансову можливість реалізації та економічну ефективність співпраці.

Початковим циклом виробництва товарів та послуг є грошова форма майбутніх уречевлених факторів виробництва, а завершенням циклу є грошова форма реалізованої продукції. Відповідно джерелом формування капіталу для майбутніх факторів виробництва є власні та запозичені банківські кошти. Банками здійснюються також і розрахунки за залучений фактор виробництва та реалізовану продукцію. Тому, враховуючи участь банків у процесі кругообороту капіталу підприємства, можна говорити про значну залежність як за частотою, так і за обсягами взаємовідносин підприємницьких структур та банків, який безпосередньо впливає на їх ефективну діяльність. Суть взаємодії між комерційними банками та підприємством досить вдало аргументують Дзюблюк О. В. та Малахова О. Л. у своїй спільній монографії, пояснюючи її як сукупність взаємозв'язків, що виникають між комерційними банками та суб'єктами підприємницької діяльності в процесі перерозподілу коштів; результатом їх реалізації вважають забезпечення неперервності суспільного відтворення.[2, с. 63]. Підприємства та банки пов'язані між собою заощадженням грошових коштів, організацією розрахунків

із діловими партнерами та системою кредитування. Сукупність функціональної взаємодії повніше проявляється у взаємозалежності показників діяльності малих і середніх підприємств та банків. В економічній літературі розрізняють такі форми (зовнішній прояв, вигляд) взаємодії підприємств і банків: клієнтська взаємодія, партнерство, інтеграція та участь в капіталі.[4, с. 35–36].

З огляду на діюче вітчизняне законодавство і, зокрема, на Закон України «Про банки і банківську діяльність» доцільнішими формами взаємодії МСП та банків є клієнтська взаємодія та партнерство. Із розвитком конкуренції на ринку банківських послуг та прямої залежності функціонування банків від стану розвитку підприємств дає підставу стверджувати про необхідність розвивати складну форму взаємодії, яка базувалася не тільки на рівноправності та взаємовигідності співпраці, але й доповнювалася співробітництвом та досягненням спільної мети учасників взаємодії, тобто у формі договірної партнерської взаємодії. Остання передбачає довготривале співробітництво на основі двохсторонніх зв'язків, рівноправності, взаємної економічної мети та реалізацію спільної мети – тенденції економічного зростання.

До простішої та поширенішої форми взаємодії банків та підприємницьких структур є клієнтська взаємодія. Юридичною підставою такої взаємодії є договір, який укладається між її учасниками щодо надання конкретної банківської послуги – кредитний договір, договір розрахунково-касового обслуговування.

Участь кредиту в якості джерела фінансування підприємницької діяльності пов'язане із збігом інтересів як боржника, так і кредитора – дотримання умов кредитування: наявності кредитних ресурсів кредитора та можливості їх повернення боржником. Якщо перша умова пов'язана безпосередньо із роботою банку, то інша залежить від платоспроможності фінансового стану боржника та цільового, виробничого використання коштів. Для клієнтської форми взаємодії банків та МСП оцінювання кредитоспроможності позичальниками здійснюється на основі аналізу показників бухгалтерської звітності де відображають моментні дані, його стан – є достатніми та відповідають завданням такого оцінювання. Однак, при партнерській формі взаємодії такого оцінювання недостатньо, адже обидва учасники спільно реалізують цілі стратегічного розвитку, тому очевидно знижуватимуться вимоги щодо оцінювання кількісних показників з одночасним зростанням потреби в оцінюванні здатності до реалізації стратегічних намірів партнерства – наявністю стратегій розвитку, організаційних, кадрових та технологічних ресурсів. Можливість у клієнтській формі взаємодії для банку полягає також у наявності в його асортименті фінансових послуг спеціалізованих програм кредитування малих і середніх підприємств та спеціальних відділів банку по його обслуговуванню. Це пояснюється, по-перше, тим, що стандартизація кредитних продуктів для малого підприємництва та самого процесу кредитування значно спрощує оцінювання кредитоспроможності боржників, застосовуючи скорингові системи оцінювання кредитоспроможності, знижує затрати кредитування. Напрями стандартизації охоплюють: організацію процесу кредитування через створення у банках сітки спеціалізованих відділів по роботі із суб'єктами підприємництва (групи продажу та кредитування); ризик – менеджмент шляхом впровадження стандартизованих процедур оцінювання кредитного, операційного та процентного ризиків для малих та середніх підприємств; маркетинг банку в частині сегментації клієнтської бази відносно її потреб, якості обслуговування, розширення каналів продажу банківських продуктів та автоматизацію процесу кредитування шляхом дистанційного обслуговування. При партнерській формі взаємодії головною ціллю банків є можливість сприяння не скільки досягнення фінансового результату, а скільки процесу розвитку підприємництва, тобто прогнозування можливого розвитку конкретного суб'єкту підприємництва, підвищення результатів його діяльності,

стійкості ринкових позицій, а звідси й власний прибуток, що набуває і стратегічного значення. Тому критеріями вибору банку, особливо щодо його можливостей до клієнтської та партнерської форми взаємодії банків та малих і середніх підприємств виступатимуть:

- запровадження стандартизації кредитних продуктів та процесу кредитування для підприємницьких структур;
- розширення спектру інформаційно-консультаційної допомоги малому підприємництву;
- приєднання до участі в роботі міжнародних програм та фондів;
- індивідуалізація роботи з клієнтами – малими та середніми підприємствами;
- налагодження автоматизації процесу кредитування підприємництва;
- створення умов та розроблення критерій оцінювання господарської діяльності малих і середніх підприємств до партнерської співпраці;
- застосування в практичній роботі комплексного банківського обслуговування підприємств з пропозиціями необхідних комплексних банківських продуктів.

Використання комплексних банківських продуктів для МСП банками, дозволить останнім знизити реальну відсоткову ставку за кредитами шляхом оптимальної комбінації наявних у банку фінансових продуктів. Окремо слід виділити можливість забезпечення банківської участі у стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності малого та середнього підприємництва. Дієвим механізмом активізації інноваційного напрямку розвитку підприємництва є залучення регіональних адміністрацій та банків і страхових компаній. Акцентування уваги саме на регіональних рівнях зумовлене: по-перше, тим що, від рівня розвитку регіональних інноваційних підприємств залежить рівень розвитку місцевих підприємств, конкурентну спроможність їх продукції, зайнятість, рівень життя населення регіону та дохідність у місцевий бюджет; по-друге, регіональна орієнтація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва дає можливості у використанні місцевого наукового потенціалу, ресурсів, банків та небанківських фінансово-кредитних установ, тобто використання всього наявного регіонального потенціалу; по-третє, роль адміністрації регіону зводиться до залучення науково-дослідних інститутів та власних навчальних закладів, наявних на території регіону та банків і страхових компаній для участі у інноваційному розвитку підприємництва; по-четверте, така співпраця місцевих органів влади з місцевими банками, страховими компаніями та вищими навчальними закладами дає можливість розробляти ефективні схеми інноваційно-інвестиційного кредитування через страхування, надання гарантій тощо [1, с. 109].

Для реального впровадження інвестиційно-інноваційних проектів на загальному і регіональному рівнях існує система забезпечення, яка, перш за все, складається із фінансового, кредитного, венчурного, страхового, лізингового, податкового механізмів. Якщо фінансовий та кредитний механізми задіяні на початковій стадії здійснення інноваційно-інвестиційних процесів, то венчурний і лізинговий механізми – при реалізації або впровадженні проектів.

Активнішим і водночас ефективнішим способом інноваційного розвитку є венчурний бізнес, під яким розуміють вид бізнесу орієнтований на практичне використання технічних та технологічних новинок, результатів наукових досліджень, ще не апробованих на практиці. Венчурний бізнес є досить ризиковим, хоча і передбачає високий ступінь віддачі і ефективності. Тому для організації венчурного бізнесу, який є формою реалізації інноваційно-інвестиційної діяльності необхідно, перш за все, налагодити контакти із спеціалістами, які могли би проводити відповідні дослідження. Україна за своїм науковим потенціалом входить до першої десятки провідних країн світу за кількістю працівників з вищою освітою, але лише третина з них працює за набутим

фахом, тобто творчий потенціал фахівців використовується в межах 30–35%. Наявний потенціал спеціалістів, які отримали учені ступені кандидатів та докторів наук, використовується також неефективно через невідповідність рівня технічної, лабораторної, інформаційної, патентної інфраструктури, необхідної для сучасних досліджень, експериментів і доведення нових розробок до їх впровадження у виробництво. Тому важливою умовою розвитку наукової діяльності в регіоні є наявність відповідних наукових та академічних інститутів. Саме роль адміністрації регіону полягає у стимулюванні розробки напрямів таких досліджень, створенні науково аналітичних центрів та залучень провідних вчених до відповідних досліджень.

Враховуючи те, що будь-яка інноваційна діяльність супроводжується певним рівнем ризику, видача кредиту на такі цілі потребує певних гарантій повернення. Очевидно, що таким запобіжним засобом може виступати страхова система. Зарубіжна практика взаємодії та інтеграції банківського і страхового бізнесу зводиться до трьох напрямів:

- Основні угоди про співробітництво без створення юридичної особи – при цьому інтереси банків полягають у залученні коштів страхової компанії на депозити, а відповідно страхової компанії – страхування кредитних ризиків клієнтів банків;
- На основі спільних акціонерів банків та страхової компанії, що дає змогу диверсифікувати вкладення капіталу в прибутковіший бізнес;
- Створення правлінням комерційного банку страхової структури (володіння контрольним пакетом акцій), яка здійснює страхування різних ризиків клієнтів банків.

Кожна із наведених форм потребує розроблення та реалізації загальних фінансових програм, в яких визначаються напрями взаємодії, нові фінансові продукти, пропонувані клієнтам, умови їх реалізації тощо.

Взявши за основу типи співробітництва між банками та страховими компаніями, регіональна адміністрація може виступати ініціатором та організатором розвитку інноваційних процесів. Загально відомо, що страховий бізнес в Україні тільки набирає «обертів», і основну питому вагу страхових договорів становлять договори, укладені в обов'язковому порядку. Тому регіональні органи влади на перших порах можуть ініціювати організацію регіональних страхових компаній, які би здійснювали страхування інновацій. Метою запропонованої страхової системи, яка працюватиме у цій сфері є створення постійно діючого фонду, який поповнюватиметься частково за рахунок страхувальників, а частково – за рахунок коштів регіону, які перераховуватимуться під конкретні проекти.

В умовах кризи та посткризовий період першочергового значення набуває розвиток мікрокредитування, що дозволяє з одного боку – подолання часового горизонту кредитування, а з іншого – розширює доступ до кредитних ресурсів. У світовій практиці мікрокредитування здійснюється наступними способами:

- прямим банківським кредитуванням, що має обмежений доступ, особливо у невеликих населених пунктах де відсутні дочірні відділення банків;
- передачу програм мікрокредитування спеціально створеним дочірнім банківським структурам власної мережі, що потребує відносно невеликих затрат;
- кредитування банками небанківських фінансових установ – мікрофінансових організацій, які є основними фінансовими установами у малих населених пунктах.

В Україні мікрокредитування розвивається лише двома напрямками: у співпраці з міжнародними фінансовими організаціями через вітчизняну банківську систему (НУФ, ЄБРР) та наданням мікрокредитів малому бізнесу з відшкодуванням частини відсотків у рамках співпраці комерційних банків з місцевими органами влади на регіональному рівні. На наш погляд, найбільш вдалим для вітчизняної практики фінансового забезпечення малого підприємництва є поєднання банків та небанківських

мікрофінансових організацій у дворівневу систему мікрокредитування. Для цього першочерговим завданням виступатиме – законодавче забезпечення роботи мікрофінансових організацій та їх діяльності в частині їх прав та обов'язків, що дасть можливість розроблення єдиних стандартів регулювання процедури мікрокредитування та вдосконаленням державної підтримки небанківських установ (кредитних спілок, товариств взаємного кредитування, фондів), особливо у законодавчій частині, в якій би передбачалося визначення специфічної їх діяльності, правовий статус, принципи та механізм функціонування та адаптувати світовий досвід щодо розвитку механізмів фінансування мікрофінансових установ.

Висновки. Стимулювання розвитку кредитування малого підприємництва в Україні потребує комплексного підходу, складовими якого є: спрощення механізму кредитування малого підприємництва на основі стандартизації по відношенню до нього, створення та сприяння розвитку програми мікрокредитування та пільгового кредитування для малих та середніх підприємств. Особливої уваги заслуговують напрямки реального впровадження інноваційно-інвестиційних проектів на загальнодержавному та регіональних рівнях. Роль адміністрації регіону полягає у стимулюванні розроблень напрямів таких досліджень, створенні науково аналітичних центрів та залучень провідних вчених до відповідних досліджень.

Conclusions. Stimulation of the small business lending development in Ukraine requires the comprehensive approach, which includes: simplifying the mechanism of small business lending based on standardization, creating and facilitating the development of micro-credit and preferential lending program for small and medium-sized enterprises. Special attention should be paid to the directions of real implementation of innovation-investment projects at the national and regional levels. The role of the region administration is to stimulate the development of such investigation directions, scientific-analytical centers creation and involvement of the leading scientists in relevant investigations.

Список використаної літератури

1. Гуцал І. С. Участь банків у забезпеченні інноваційно-інвестиційної стратегії. Управлінські інновації. Збірник наукових праць. ТНЕУ. 2012. Випуск 1. С. 108–113.
2. Дзюблук О. В., Малахова О. Л. Банки і підприємства: кредитні аспекти взаємодії в умовах трансформаційної економіки: моногр. Тернопіль: Вектор, 2008. 324 с.
3. Жежерун Ю. В. Міжнародний досвід банківського кредитування малого і середнього підприємництва. Фінансовий простір. 2017. № 1 (25). С. 27–32.
4. Лотоцький В. А. Форми та види взаємодії підприємств та банків в Україні. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 9 (172). С. 35–39.
5. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.04.2020)
6. Національний Банк України: URL: <http://bank.gov.ua> (дата звернення: 25.03.2020).

References

1. Hutsal I. S. Uchast bankiv u zabezpechenni innovatsiyno-investytsiynoyi stratehiyi. Participation of banks in the provision of innovation and investment strategy. Upravlinski innovatsiyi. Zbirnyk naukovykh prats TNEU. 2012. Vol. 1. P. 108–113.
2. Dzyublyuk O. V., Malakhova O. L. Banky i pidpryyemstva: kredytni aspekty vzayemodiyi v umovakh transformatsiynoyi ekonomiky: monohr. Ternopil: Vektor, 2008. 324 p. [In Ukrainian].
3. Zhezherun YU. V. Mizhnarodnyy dosvid bankivskoho kredytuvannya maloho i serednoho pidpryyemnytstva International experience in small and medium-sized bank lending. Finansovyy prostir. 2017. No. 1. Vol. 25. P. 27–32.
4. Lototsky V. A. Formy ta vydy vzayemodiyi pidpryyemstv ta bankiv v Ukraini. Forms and types of interaction between enterprises and banks in Ukraine. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2015. No. 9. Vol. 172. P. 35–39.
5. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrainy: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 02.04.2020).
6. Natsionalnyy Bank Ukrainy. URL: <http://bank.gov.ua> (accessed: 25.03.2020).



УДК 336.71(477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Артур Жаворонок

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна

Резюме. Актуальність обраної теми підтверджується тим, що в Україні сформована банкоцентрична модель функціонування національного господарства, існує об'єктивна необхідність пошуку нових напрямків забезпечення стійкості банківської системи та зниження ймовірності прояву системних ризиків на основі диверсифікації напрямів діяльності банківських установ. Розширення спектра банківських послуг, що надаються клієнтам, дозволяє перерозподілити фінансові ризики, знижуючи рівень їх негативного впливу на ефективність роботи банку, сформувати нові канали надходження доходів. У результаті проведеного аналізу тенденцій розвитку банківської системи України виявлено, що з кожним роком кількість комерційних банків, які мають банківську ліцензію постійно зменшується, що в основному було спричинено важкою фінансово-економічною ситуацією в державі, кризовими явищами, веденням тимчасової адміністрації в банках та їх ліквідацією. Враховуючи високу ризиковість банківської діяльності, багато власників комерційних банків, особливо невеликих, можуть у майбутньому самоліквідуватись. У такому процесі актуалізуються питання підвищення обсягів надання кредитних послуг в Україні та зростання питомої ваги комісійних надходжень у загальній структурі доходів банківських установ. У статті проаналізовано сучасний стан розвитку ринку кредитних послуг в Україні, визначено особливості його функціонування. Оцінювання сучасного стану ринку кредитних послуг було проведено за допомогою аналізу класичних показників діяльності банківських установ в Україні, що дозволило визначити її базові особливості функціонування. Також були виявлені й труднощі проведення ґрунтовних досліджень їх надання клієнтам. Запропоновано методи впливу на ефективність процесу диверсифікації кредитних банківських послуг (визначення зовнішніх й внутрішніх умов диверсифікації кредитних банківських послуг і їх проектування на продуктову політику банку; типізація клієнтів та визначення перспективних цільових ринкових сегментів; визначення технологічних аспектів реалізації диверсифікації кредитних послуг комерційного банку; побудова прогностичних моделей продажів трансформованих продуктів та послуг комерційних банків; оцінка ефективності витрат на диверсифікацію кредитних банківських послуг).

Ключові слова: банківська система, стан, розвиток, банк, прибутковість, кредитування, капітал.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.145

Отримано 30.03.2020

UDC 336.71(477)

TRENDS OF CREDIT SERVICE MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Artur Zhavoronok

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

Summary. The importance of the chosen issue is confirmed by the fact that a bank-centered model of national economy functioning is formed in Ukraine, there is an objective need to find new directions for ensuring the stability of the banking system and reduce the probability of systemic risks manifestation on the basis of diversification of the banking institutions activity. Expansion of the banking services range provided to the

customers makes it possible to redistribute financial risks, reducing the level of their negative impact on the bank operating efficiency, to form new revenue streams. Analysis of the trends of banking system development in Ukraine shows that every year the number of commercial banks having banking license is steadily decreasing, mainly as the result of difficult financial and economic situation in the country, crisis phenomena, temporary bank administration introduction and its dissolution. Taking into account high riskiness of banking activities, many commercial bank owners, especially small ones, can self-dissolve in the future. In such process, the problems of credit services volume increase in Ukraine and the growth of commission share in general income structure of banking institutions become actual. The current state of credit services market development in Ukraine is analyzed, the peculiarities of its functioning are identified in this paper. The evaluation of the current state of credit services market is carried out due to the analysis of classical indicators of banking institutions activities in Ukraine making it possible to determine its basic functioning features. However, the difficulties of carrying out the profound research of their provision to the customers are also identified. Based on this, the methods of influence on the efficiency of credit banking services diversification process (definition of external and internal conditions of credit banking services diversification and their design on the bank product policy; customers typification and determination of promising target market segments; determination of technological aspects for implementation the commercial bank credit services diversification; construction of forecasting models for sales of commercial banks transformed products and services; estimation of cost effectiveness for credit banking services diversification) are proposed.

Key words: banking system, state, development, bank, profitability, lending, capital.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.145

Received 31.03.2020

Постановка проблеми. Банківська система України відіграє активну роль у процесах розбудови національної економіки. Проте, сучасна економічна ситуація не є сприятливою для розвитку банківського бізнесу, незважаючи на те, що вітчизняні банківські установи посіли позиції лідерів на ринку фінансових послуг, виступаючи найбільшими інституційними інвесторами в державі. В умовах сьогодення Україна характеризується сформованою банкоцентричною моделлю функціонування національного господарства, що зумовлює об'єктивну необхідність пошуку нових напрямків забезпечення стійкості банківської системи та зниження ймовірності прояву системних ризиків на основі диверсифікації напрямів діяльності банківських установ.

Розширення спектра банківських послуг, що надаються клієнтам, дозволяє перерозподілити фінансові ризики, знижуючи рівень їх негативного впливу на ефективність роботи банку, сформувати нові канали надходження доходів. Вищезазначене актуалізує питання зростання обсягів надання нетрадиційних послуг та зростання питомої ваги комісійних надходжень у загальній структурі доходів вітчизняних банків. Практика поширення таких послуг позитивно впливатиме на стійкість функціонування окремих банківських установ, отже, і банківської системи держави загалом.

У сучасних умовах важливість розвитку ринку нетрадиційних банківських послуг не викликає сумнівів. Цей ринок вже є невід'ємною складовою функціонування всієї банківської системи країни. Саме його розбудова буде завжди впливати і на її розвиток. Активізація функціонування такого ринку безпосередньо пов'язана не лише з позитивним впливом на діяльність банківських та інших фінансових установ, але й через розвиток суміжних галузей на сфер національного господарства, які активно приймають участь у діяльності банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених присвячують свої дослідження особливостям розвитку банківського сектору, банківської системи загалом та нетрадиційних банківських послуг, зокрема, Андрющенко К., Іщенко М., Сагайдак М., Теплюк М., Доміна О. [1] та Васильчук І. [3], доводять необхідність розгляду розбудови банківського сектору на засадах сталого розвитку, пропонуючи групування наукових підходів щодо ролі банків у поширенні парадигми сталого розвитку. Казаренкова Н., Колмикова Т. [5], Коваленко В., Болгар Т., Євтушенко О. і Пестовська З. [7] вказують, що сучасні фінансово-економічні тенденції вимагають

застосування нових підходів до оцінювання банківської системи, що дозволяють виявляти потенціал банківського сектору й абсорбувати шоки, викликані системними ризиками. Автори за допомогою методів економіко-статистичного, структурно-динамічного й коефіцієнтного аналізу проводять оцінювання результативності банківської системи, на основі якої формують напрямки підвищення її ефективності в міжнародному вимірі. Кужелієв І., Рекуненко А., Болдова М., Житар М., Стабіас С. [11], Примостка О., Примостка Л. [13], Самородов В., Азаренкова Г., Головка О., Мірошник О. Бабенко М. [14], Федішин М., Маріч М., Абрамова А. [16], Шкарлет С., Дубина М., Вову В. і Нога М. [19] оцінюють ефективність та продуктивність банківської системи України в межах ринку фінансових послуг, впроваджуючи динамічну модель на основі функціонування банківської системи, яка дозволяє отримати узагальнене оцінювання економічної ефективності банківської діяльності. Дубина М. [4] визначає, що у переважній більшості наукових праць мало уваги приділяється науковому обґрунтуванню механізму розподілу всіх банківських послуг. Серед традиційних банківських послуг Халатур С., Жиленко К., Масюк Ю., Величко Л., Кравченко М. [6], Звер'яков М., Коваленко В., Шелудько С. та Шарах Е. [20] визначають, що на сучасному етапі комерційні банки проводять свою діяльність в умовах постійно мінливих загальних економічних, соціальних та політичних умов, що впливають на надійність. Автори вважають сучасний стан та диверсифікацію банківського кредитування в Україні, проблемними, які виникають у національній економіці через погіршення працездатності банківської системи України. Аналіз показав, що протягом тривалого періоду спостерігалася зафіксована стабільна, але не ефективна кредитна діяльність українських банків. Однак відчувається певний теоретико-методичний вакуум у напрямі дослідження ринку банківських послуг загалом та кредитного ринку, зокрема.

Метою дослідження є тенденції розвитку ринку кредитних послуг в Україні, визначення його основні тенденції та перспективи розвитку.

Постановка завдання. Однією із основних складових фінансового ринку є банківська система. Досконалість і дієвість її функціонування є необхідною умовою нормального розвитку економіки будь-якої країни. Лише надійна і розвинена банківська система може сприяти реструктуризації економіки та її стабілізації. Банківська система є рушійним механізмом економічних перетворень, оскільки забезпечує переміщення фінансових ресурсів між окремими країнами, регіонами, галузями економіки та суб'єктами фінансового ринку.

Світова фінансова криза, яка охопила й Україну, значно послабила банківську систему. Необхідним і надзвичайно актуальним є питанням оцінення стану банківської системи, виявлення проблем її розвитку та розроблення напрямів їх вирішення загалом та кредитного ринку, зокрема.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність – це усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, найвищий прояв гуманізму, свідоме виконання своїх обов'язків перед громадянами, суспільством, державою.

Зростання та урізноманітнення потреб суб'єктів господарювання і населення в банківському обслуговуванні зумовлюють необхідність поглибленого аналізу особливостей сучасного розвитку диверсифікації традиційних банківських послуг, виявлення його відповідності якісним змінам, що відбуваються в процесах соціально-економічного розвитку країни.

Особливістю вітчизняної банківської системи є домінуюча позиція кредитних операцій в активних операціях банків. Формування та реалізація в Україні політики довгострокового економічного зростання не можлива без стимулювання якісних

зрушень кредитної активності банків в напрямі посилення її інвестиційної спрямованості для задоволення потреб реального сектора економіки.

На обсяги надання кредитних послуг значно вплинули негативні наслідки світової фінансово-економічної кризи, що показало високу вразливість їх від зовнішніх чинників. Банківське кредитування завдяки реалізації своїх функцій, що визначають його сутність, відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку виробництва і, як наслідок, сприяє соціально-економічному зростанню країни. Але низька кредитна активність вітчизняного банківського сектору не сприяє поживавленню економічних процесів у країні.

Неспроможність банків своєчасно та в повному обсязі виконувати функції фінансових донорів загрожує замороженням діяльності суб'єктів господарювання, які відчують нагальну потребу в додатковому фінансуванні.

Проаналізуємо основні тенденції розвитку диверсифікації одного із видів традиційних банківських послуг, а саме послуг з надання кредитів, що в свою чергу доцільно визначити на основі аналізу структури кредитного портфелю банківської системи України (таблиця 1) [12].

Таблиця 1. Аналіз частки кредитних ресурсів у загальній сумі активів комерційних банків України

Table 1. Analysis of credit resources share in the total assets of Ukrainian commercial banks

Найменування	2016 рік		2017 рік		2018 рік		Відхилення (+/-) звітнього періоду до	
	млн. грн.	темп росту, %	млн. грн.	темп росту, %	млн. грн.	темп росту, %	2016 року	2017 року
Активи банків	1263359	100,7	1282748	101,5	1320112	102,9	56753	37364
Кредити надані	988690	102,4	1042800	105,5	1144904	109,8	156214	102104
Частка кредитів в активах, %	78,3	-	81,3	-	86,7	-	8,4	5,4

Отже, як бачимо з таблиці 1, сукупний обсяг активів банків у 2017 році зріс у порівнянні з 2016 роком на 19,4 млн. грн. Частка наданих кредитів в 2018 році була більшою в порівнянні з 2017 роком і 2016 роком. Активи банківської системи за роки, які аналізуються продовжують своє зростання. В 2018 році частка кредитів у сукупних активах протягом 2018 року збільшилася на 5,4% до 86,7%. Слід відзначити, що зниження обсягів кредитів позитивно характеризує динаміку кредитної діяльності банків в Україні. В останні роки роль кредитів в активах банків посилилася, у 2016 році їх частка зросла спочатку до 78,3%, а у 2018 збільшилася на 8,4%. За досліджуваний період обсяги наданих кредитів зростали більшими темпами, ніж активи банків, темп росту склав 109,8%. Як бачимо, збільшення частки кредитів в активах банків відбувалось і в 2017 році, і в 2018. Банківська система України продовжує характеризуватися збільшенням активності кредитних операцій.

Дослідження диверсифікації кредитних послуг передбачає аналіз структури кредитного портфелю, важливими його напрямками є оцінення структури кредитного портфелю за видами клієнтів, за строками кредитування, а також за видами валют, зведені дані наведено у таблиці 2 [12].

Таблиця 2. Аналіз структури кредитного портфеля по видам вкладників

Table 2. Analysis of loan portfolio structure according to depositors types

Найменування	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Відхилення (+/-) звітного періоду до	
				2016 року	2017 року
Всього кредитів, наданих, млн. грн.	1005920	1042798	1144904	138984	102106
Кредити, надані суб'єктам господарювання, млн. грн.	785920	870302	939037	153117	68735
Темп зростання кредитів, що надані суб'єктам господарювання, %	99,8	110,7	107,9	8,1	-2,8
Кредити, надані фізичним особам, млн. грн.	164980	170938	203321	38341	32383
Темп зростання кредитів, що надані фізичним особам, %	107,9	103,6	118,9	11	15,3
Частка кредитів, що надані суб'єктам господарювання, %	78,1	83,5	82,0	3,9	-1,5
Частка кредитів, що надані фізичним особам, %	16,4	16,4	17,8	1,4	1,4

Як бачимо з таблиці 2, обсяг кредитування суб'єктів господарювання зростає у продовж аналізованих років. У 2016 році частка кредитів, що була надана суб'єктам господарювання в загальній сумі наданих кредитів становила 78,1%, а в 2017 році – 83,5%, у 2018 році даний показник зменшився на 1,5 процентних пункти та становив 82,0%. Це свідчить про позитивну динаміку, адже переважає інвестиційний характер реалізації кредитного потенціалу банківської системи. При чому, якщо обсяги кредитів суб'єктам господарювання зростали щороку, то обсяги кредитування фізичних осіб мають тенденцію до зниження у 2016–2018 роках.

Частка кредитів суб'єктам господарювання за досліджуваний період знизилася на 1,5%, а обсяги кредитування суб'єктів господарювання збільшилися на 19,4%, в той час, коли фізичних осіб збільшилась на 23,3%. Для поживлення споживчого кредитування, що є необхідною умовою для реалізації кредитного потенціалу банківської системи, необхідним є підвищення рівня доходів населення та розвиток споживчого ринку.

Проаналізувавши динаміку та структуру кредитних послуг комерційних банків України, наступним кроком доцільно буде здійснити аналіз диверсифікації депозитних послуг, який розпочнемо із визначення частки зобов'язань у сумі пасивів комерційних банків України (таблиця 3).

Таблиця 3. Аналіз частки зобов'язань у загальній сумі пасивів комерційних банків України

Table 3. Analysis of liabilities share in the total liabilities of Ukrainian commercial banks

Найменування	2016 рік		2017 рік		2018 рік		Відхилення (+/-) звітного періоду до	
	млн. грн.	темп росту, %	млн. грн.	темп росту, %	млн. грн.	темп росту, %	2016 року	2017 року
Пасиви банків	1256299	100,2	1336358	106,3	1320112	98,9	63813	-16246
Зобов'язання банків	1132515	98,4	1172761	103,6	1170713	99,8	38198	-2048
Частка зобов'язань в пасивах, %	90,4	-	87,8	-	88,7	-	-1,7	0,9

Як бачимо з таблиці 3, сукупний обсяг пасивів банків у 2017 році зріс у порівнянні з 2016 на 80,1 млн. грн. Але частка вкладів у 2016 році була більшою в порівнянні з 2017 і 2018 роками. Пасиви банківської системи за роки, які аналізуються продовжують своє зростання. Так, у 2018 році частка зобов'язань у сукупних пасивах знизилася на 1,7% відносно 2016 року та зросла на 0,9% відповідно до 2017 і становила 88,7%.

Для точнішого розуміння сучасного стану використання банківських кредитів для фінансування розвитку реального сектору економіки України проаналізуємо інвестиційну спрямованість кредитів вітчизняних банків (таблиця 4).

Таблиця 4. Динаміка кредитів, наданих банками України у реальний сектор економіки

Table 4. Dynamics of loans granted by Ukrainian banks to the real economy sector

Період	Кредити, надані суб'єктам господарювання, млн. грн.	Кредити на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості, млн. грн.	Іпотечні кредити, млн. грн.	Споживчі кредити, млн. грн.	Фінансовий лізинг, млн. грн.
2016	786918	69688	101840	104879	256
2017	785920	67584	145679	102563	241
2018	870302	68542	147361	103253	249

З наведених даних у таблиці 4 чітко спостерігається тенденція в основному до зменшення кредитів, наданих у реальний сектор економіки та їхнє зростання у 2018 році. У 2016 році відбулося зростання показників банківського кредитування за всіма напрямками, окрім іпотечних кредитів, даний вид кредитів знизився на 1,2%. Тоді як у 2017 розвивалася протилежна тенденція, а саме: кредитування суб'єктів господарювання збільшилося на 13%; кредити на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості знизилися на 9,38%; іпотечні кредити зросли на 10,17%; споживчі кредити знизилися на 1,64%; операції із фінансового лізингу зменшилися на 30,58%.

Низькі темпи розвитку іпотечного кредитування в сучасних умовах пов'язано із низькими темпами відновлення будівельної галузі, обмеженим обсягом довготермінових ресурсів, що знаходяться у розпорядженні банків та неплатоспроможним попитом на довготермінові кредити. Іпотечний кредит посідає унікальне місце в національній економіці держави. За рахунок іпотеки інвестується реальний сектор економіки та збільшується його капітал, внаслідок цього забезпечується стабільне зростання доходів у різних галузях економіки, тому в перспективі банкам слід активізувати надання іпотечних кредитів в реальний сектор економіки.

Значна роль у сучасних умовах належить споживчому кредитуванню як інструменту фінансування реального сектору економіки. Як свідчить практика, споживче кредитування пов'язано з різними економічними та соціальними показниками. Через це вони здатні впливати один на одного, здійснювати позитивні й негативні зрушення в економіці. Основними причинами зменшення споживчого кредитування протягом 2016–2018 років є відтік депозитів населення та зменшення показників ліквідності банків, нова хвиля неплатежів й зростання проблемної заборгованості.

Виконаний аналіз стану сучасної банківської системи України дозволив виділити такі проблеми її розвитку:

- низький рівень капіталізації комерційних банків, що знижує стабільність банків;
- висока концентрація капіталу в групі найбільших банків, що може призвести до розширення практики домовленостей і змов великих банків між собою (наприклад, про встановлення ціни на банківські послуги);

- слабка диференціація банківських послуг – при досить значній кількості комерційних банків спектр та обсяги послуг залишаються обмеженими;
- висока вартість банківських послуг при низьких доходах населення, в результаті чого зменшується кількість потенційних користувачів банківськими послугами;
- високий рівень залежності від іноземних позик;
- наявність значної кількості ризиків банківської діяльності;
- втрата банками довіри населення, наслідком чого є зменшення мобілізації фінансових ресурсів банками;
- недосконала система захисту вкладів громадян;
- недостатній рівень кваліфікації менеджерів і спеціалістів та брак досвіду кадрового персоналу.

Для підвищення ефективності та вдосконалення функціонування банківської системи України, а також з метою усунення виявлених проблем, необхідно здійснити такі заходи:

1. Банківському сектору України підвищити рівень капіталізації через:
 - залучення до банків додаткового акціонерного капіталу, розроблення банками планів підвищення рівня капіталізації;
 - стимулювання капіталізації прибутку в банках, удосконалення методики розрахунку обсягів і нормативів регулятивного капіталу та нормативів ризику;
 - впровадження обов'язкового котирування та продажу банками власних акцій на відкритому фінансовому ринку.
2. Покращити управління ліквідністю в банківській системі шляхом вдосконалення інструментарію регулювання ліквідності й перегляду нормативів ліквідності; планування заходів НБУ щодо управління ліквідністю; спрямування зусиль на підтримання структурного дефіциту ліквідності; спрощення й вдосконалення видачі банківських депозитів; розроблення адекватних моделей прогнозування ліквідності банківської системи.
3. Підвищити якість та конкурентоспроможність банківських послуг шляхом активізації процесів консолідації банків; розвитку структури банківського сектору; забезпечення надійності банківських автоматизованих систем; створення умов для застосування електронних банківських технологій; стимулювання розвитку факторингу та лізингу; створення умов розширення безготівкових розрахунків в економіці; стимулювання банківського обслуговування малого та середнього бізнесу населення; розвитку нових сегментів ринку банківських послуг.
4. Створити умови конкурентного співіснування іноземних та українських банків через вдосконалення чинного законодавства, надання пільгових умов та гарантування кредитів на інвестиційні проекти; адміністративного обмеження доступу іноземних банків, концентрації додаткової пропозиції ресурсів на сегментах ринку з найістотнішою присутністю зарубіжних кредиторів; зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних банків за рахунок чіткішого розподілу сфер діяльності та сегментів ринку.
5. Створити систему швидкого реагування на виникнення системного ризику для банківської системи в цілому, яка б включала, по-перше, механізм оперативної, щоденної, оцінки стану банківської системи, однозначний об'єктивний механізм державної підтримки банківського сектора в разі виникнення несприятливого системного ризику. По-друге, необхідно створити для суб'єктів економіки можливість вчасно оцінювати фінансовий стан будь-яких банків України. Для цього необхідно розробити офіційну методику оцінювання стану банку на основі його звітної статистики, з врахуванням української специфіки.

6. З метою захисту вкладів громадян доцільно створити Міжбанківський фонд обов'язкового страхування банківських вкладів фізичних осіб, який матиме статус юридичної особи.

7. Підвищити якість підготовки банківських працівників, що потребує узгодження навчального процесу із відповідними запитами банків, враховуючи постійний динамізм фінансового ринку та зміни банківських технологій, здійснення різноманітних операцій.

На наш погляд, серед методів впливу на ефективність процесу диверсифікації кредитних банківських послуг слід відокремити наступні:

- визначення зовнішніх та внутрішніх умов диверсифікації кредитних банківських послуг і їх проектування на продуктову політику банку;
- типізація клієнтів й визначення перспективних цільових ринкових сегментів;
- визначення технологічних аспектів реалізації диверсифікації кредитних послуг комерційного банку;
- побудова прогнозних моделей продажів трансформованих продуктів і послуг комерційних банків;
- оцінювання ефективності витрат на диверсифікацію кредитних банківських послуг.

Комплексне використання зазначених методів дозволить комерційному банку зайняти стійкі ринкові позиції, забезпечити постійне зростання обсягів прибутку та гарантуватиме довготерміновий комерційний успіх.

Висновки. У результаті проведеного аналізу тенденцій розвитку банківської системи України виявлено, що з кожним роком кількість комерційних банків, які мають банківську ліцензію постійно зменшується, що в основному було спричинено важкою фінансово-економічною ситуацією в державі, кризовими явищами, веденням тимчасової адміністрації в банках та їх ліквідацією. Враховуючи високу ризиковість банківської діяльності, багато власників комерційних банків, особливо невеликих, можуть у майбутньому самоліквідуватись. Оцінювання сучасного стану ринку кредитних послуг було проведено за допомогою аналізу класичних показників діяльності банківських установ в Україні, що дозволило визначити її базові особливості функціонування. Були виявлені й труднощі проведення ґрунтовних досліджень, їх надання клієнтам. На цій основі запропоновано методи впливу на ефективність процесу диверсифікації кредитних банківських послуг.

Conclusions. Analysis of the trends of banking system development in Ukraine shows that every year the number of commercial banks having banking license is steadily decreasing, mainly as the result of difficult financial and economic situation in the country, crisis phenomena, temporary bank administration introduction and its dissolution. Taking into account high riskiness of banking activities, many commercial bank owners, especially small ones, can self-dissolve in the future. The evaluation of the current state of credit services market is carried out due to the analysis of classical indicators of banking institutions activities in Ukraine making it possible to determine its basic functioning features. However, the difficulties of carrying out the profound research of their provision to the customers are also identified. Based on this, the methods of influence on the efficiency of credit banking services diversification process are proposed.

Список використаної літератури

1. Andriushchenko K., Ishchenko M., Sahaidak M., Tepluk M., Domina O. Prerequisites for the creation of financial and credit infrastructure of support for agricultural enterprises in Ukraine. Banks and Bank Systems. 2019. Volume 14. Issue 2. P. 63–75. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06) (дата звернення: 22.03.2020). [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](https://doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06)
2. Baranovskyi O. I., Levchenko V. P., Polishchuk Y. A. Non-bank financial institutions' activity under force majeure. Actual Problems of Economics. 2015. 6 (168). P. 332–340.
3. Васильчук І. Сталий розвиток як нова стратегія комерційних банків. Economic Annals-XXI. 2015. 155 (11–12). С. 105–108. URL: [http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0023\(23\)105.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0023(23)105.pdf) (дата звернення: 22.03.2020).
4. Дубина М. В. Економічна суть та види фінансових послуг. Світ фінансів. 2016. № 3 (48). С. 124–135.
5. Kazarenkova N., Kolmykova T. Analytical tools to implement integrated bank financial management technologies. Economic Annals-XXI. 2016. 157 (3–4 (1)). P. 97–99. <https://doi.org/10.21003/ea.V157-0030>
6. Khalatur S., Zhylenko K., Masiuk Y., Velychko L. & Kravchenko M. Assessment of bank lending diversification in Ukraine. Banks and Bank Systems. 2018. 13 (3). P. 141–150. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(3\).2018.14](https://doi.org/10.21511/bbs.13(3).2018.14) (дата звернення: 22.03.2020). [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(3\).2018.14](https://doi.org/10.21511/bbs.13(3).2018.14)
7. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A. & Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in the modern conditions of financial market development. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol. 2. № 29. P. 3–12. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i29.171731> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i29.171731>
8. Kovalenko V., Kuznetsova L., Sergeeva E., Todorova N., Mylashko O. & Te Ju. Cluster approach to banking supervision with reference to bank risk profile. Economic Annals-XXI. 2019. № 177 (5–6). P. 82–91. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V177-07> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.21003/ea.V177-07>
9. Kovalenko V. & Kerimov A. Internarial standards of financial support stability of the banking system. Economic and Social Development. 37 th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Socio Economic Problems of Sustainable Development”. Book of Proceedings. Baku, 2019. P. 938–947.
10. Kosach I. A., Zhavoronok A. V., Fedyshyn M. F. & Abramova A. S. Role of commission receipts in formation of the revenue of the commercial bank. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol. 4 (31). P. 22–30. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i31.190781> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i31.190781>
11. Kuzheliev I., Rekunen A., Boldova M., Zhytar M. & Stabias S. Modeling of structural and temporal characteristics in the corporate securities market of Ukraine. Investment Management and Financial Innovations. 2019. 2. P. 260–269. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22) (дата звернення: 22.03.2020). [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22)
12. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 22.03.2020).
13. Prymostka O. & Prymostka L. Ukrainian banking system efficiency after double reducing of the number of bank institutions. Banks and Bank Systems. 2018. 13 (4). P. 51–60. [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(4\).2018.05](https://doi.org/10.21511/bbs.13(4).2018.05)
14. Samorodov B. V., Azarenkova G. M., Golovko O. G., Miroshnik O. Yu. & Babenko M. V. Credit risk management in the bank's financial stability system. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol. 4 (31). P. 301–310. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i31.190920> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i31.190920>
15. Fedyshyn M. F., Abramova A. S., Zhavoronok A. V., Marych M. G. Management of competitiveness of the banking services. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol. 1 (28). P. 64–74. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v1i28.163340> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v1i28.163340>
16. Fedyshyn M. F., Marich M. G., Abramova A. S. The influence of credit factors on the development of the real economic sector in the conditions of economic. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2018. Vol. 2 (25). P. 366–374. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i25.136561> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i25.136561>

17. Shkarlet S., Dubyna M., Zhuk O. Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4. No. 3. 2018. P. 349–357. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-3-349-357> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-3-349-357>
18. Shkarlet S., Dubyna M., Vovk V., Noga M. Financial service markets of Eastern Europe: a compositional model. *Economic Annals-XXI*. 2019. 176 (3–4). P. 26–37. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03>
19. Shkarlet S., Prokopenko V., Dubyna M. Directions of development of the financial services market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 5. P. 412–420. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-412-420> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-412-420>
20. Zveryakov M., Kovalenko V., Sheludko S., Sharah E. FinTech sector and banking business: competition or symbiosis. *Economic Annals-XXI*. 2019. № 175 (1–2). P. 53–57. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V175-09> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.21003/ea.V175-09>

References

1. Andriushchenko K., Ishchenko M., Sahaidak M., Tepluk M., Domina O. Prerequisites for the creation of financial and credit infrastructure of support for agricultural enterprises in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. Vol. 14. Issue 2. P. 63–75. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06) (accessed 22 Mart 2020). [In English]. [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](https://doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06)
2. Baranovskyi O. I., Levchenko V. P., Polishchuk Y. A. Non-bank financial institutions' activity under force majeure. *Actual Problems of Economics*. 2015. 6 (168). P. 332–340. [In English].
3. Vasylychuk I. Stalyi rozvytok yak nova stratehiia komertsiiynykh bankiv. Sustainable development as a new strategy for commercial banks. *Economic Annals-XXI*. 2015. 155 (11–12). P. 105–108. URL: [http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0023\(23\)105.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0023(23)105.pdf) (accessed 22 Mart 2020). [In Ukrainian].
4. Dubyna M. V. Ekonomichna sutj ta vydy finansovykh poslugh. *Economic nature and types of financial services*. *Svit finansiv – The world of finance*. 2016. 3(48). P. 124–135. [In Ukrainian].
5. Kazarenkova N., Kolmykova T. Analytical tools to implement integrated bank financial management technologies. *Economic Annals-XXI*. 2016. 157 (3–4 (1)). P. 97–99. [In English]. <https://doi.org/10.21003/ea.V157-0030>
6. Khalatur S., Zhylenko K., Masiuk Y., Velychko L. & Kravchenko M. Assessment of bank lending diversification in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2018. 13 (3). P. 141–150. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(3\).2018.14](https://doi.org/10.21511/bbs.13(3).2018.14) (accessed 22 Mart 2020). [In English]. [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(3\).2018.14](https://doi.org/10.21511/bbs.13(3).2018.14)
7. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A. & Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in the modern conditions of financial market development. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 2. № 29. P. 3–12. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i29.171731> (accessed 22 Mart 2020). [In English]. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i29.171731>
8. Kovalenko V., Kuznetsova L., Sergeeva E., Todorova N., Mylashko O. & Te Ju. Cluster approach to banking supervision with reference to bank risk profile. *Economic Annals-XXI*. 2019. 177 (5–6). P. 82–91. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V177-07> (accessed 22 Mart 2020). [In English]. <https://doi.org/10.21003/ea.V177-07>
9. Kovalenko V. & Kerimov A. Internarial standards of financial support stability of the banking system. *Economic and Social Development: 37 th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Socio Economic Problems of Sustainable Development”*. Book of Proceedings. Baku, 2019. P. 938–947. [In English].
10. Kosach I. A., Zhavoronok A. V., Fedyshyn M. F. & Abramova A. S. Role of commission receipts in formation of the revenue of the commercial bank. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4 (31). P. 22–30. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190781> (accessed 22 Mart 2020). [In English]. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190781>
11. Kuzheliev I., Rekunen A., Boldova M., Zhytar M. & Stabias S. Modeling of structural and temporal characteristics in the corporate securities market of Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2019. 2. P. 260–269. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22) (accessed 22 Mart 2020). [In English]. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22)

12. Oficijnyj sajт Nacionaljnogho banku Ukrajinj. Official site of the National Bank of Ukraine. URL: <http://www.bank.gov.ua> (accessed 22 Mart 2020). [In Ukrainian].
13. Prymostka O. & Prymostka L. Ukrainian banking system efficiency after double reducing of the number of bank institutions. *Banks and Bank Systems*. 2018. 13 (4). P. 51–60. [In English]. [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(4\).2018.05](https://doi.org/10.21511/bbs.13(4).2018.05)
14. Samorodov B. V., Azarenkova G. M., Golovko O. G., Miroshnik O. Yu. & Babenko M. V. Credit risk management in the bank's financial stability system. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4 (31). P. 301–310. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190920> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190920>
15. Fedyshyn M. F., Abramova A. S., Zhavoronok A. V., Marych M. G. Management of competitiveness of the banking services. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 1 (28). P. 64–74. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i28.163340> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i28.163340>
16. Fedyshyn M. F., Marich M. G., Abramova A. S. The influence of credit factors on the development of the real economic sector in the conditions of economic. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 2 (25). P. 366–374. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i25.136561> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i25.136561>
17. Shkarlet S., Dubyna M., Zhuk O. Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4. No. 3. 2018. P. 349–357. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-3-349-357> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-3-349-357>
18. Shkarlet S., Dubyna M., Vovk V., Noga M. Financial service markets of Eastern Europe: a compositional model. *Economic Annals-XXI*. 2019. 176 (3–4). P. 26–37. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03>
19. Shkarlet S., Prokopenko V., Dubyna M. Directions of development of the financial services market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 5. P. 412–420. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-412-420> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-412-420>
20. Zveryakov M., Kovalenko V., Sheludko S., Sharah E. FinTech sector and banking business: competition or symbiosis. *Economic Annals-XXI*. 2019. № 175 (1–2). P. 53–57. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V175-09> (дата звернення: 22.03.2020). <https://doi.org/10.21003/ea.V175-09>

УДК 336.7:339.72

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА У ГАЛУЗІ FINTECH: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Леся Колінець¹; Сергій Радинський²

¹Тернопільський національний економічний університет,
Тернопіль, Україна

²Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна

Резюме. Розкрито суть та розвиток Fintech індустрії у світі. Встановлено, що Fintech є важливим елементом глобальної та національної економік та є ключовою конкурентною перевагою для міст, і в усьому світі кожна країна приділяє йому більше уваги, намагаючися створити відповідні регуляторні рамки. Доведено різке зростання розміру глобального інвестування у Fintech-галузь. Встановлено, що найбільша інвестиційна активність спостерігається у США та країнах Європейського Союзу, а новими гравцями у Fintech-галузі є країни Азії, зокрема, представни Асоціації держав Південно-Східної Азії. З ТОП 7 світових Fintech-хабів 6 знаходяться в Азії та Америці. Встановлено, що в Україні інвестування у Fintech-галузь активізувалося протягом останніх трьох років, коли було утворено понад 100 компаній, більшість яких працюють у сфері payment/money transfer (38 компаній), technology and infrastructure (36 компаній) та mobile wallets (22 компанії). Визначено чинники стимулювання розвитку Fintech в Україні. На основі проведеного аналізу встановлено, що значний обсяг інвестиційних надходжень у сфері Fintech отримали такі сектори, як грошові перекази та платежі, кредитування та банківські технології, фінансове планування, страхування та ін. До глобальних трендів сфери Fintech віднесено мобільні фінансові послуги, управління фінансами та рахунками, грошові перекази, роботи-консультанти, страхові технології, краудфандинг, P2P кредитування, блокчейн та криптовалюти. Наголошено на необхідності стимулювання підвищенні інвестиційної активності у Fintech-галузі як у світовій, так і вітчизняній економіці та полегшення умов ведення бізнесу компаніями. Впроваджуючи інноваційні продукти, Fintech-компанії створюють достатньо жорстку конкуренцію банківським установам, страховим компаніям та іншим суб'єктам фінансового ринку.

Ключові слова: інвестиційна політика, фінансові технології, фінансові послуги, стартап, криптовалюта, краудфандинг, блокчейн, хаб.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.156

Отримано 08.04.2020

UDC 336.7:339.72

INVESTMENT POLICY IN THE FINTECH INDUSTRY: NATIONAL AND FOREIGN EXPERIENCE

Lesya Kolinets¹; Serghiy Radynskyy²

¹Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

²Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. The paper deals with the essence of Fintech industry development in the world. It is determined that Fintech is an important element of the global and national economy and is the key competitive advantage for the cities, and in the whole world each country pays much attention to it trying to create the proper regulatory frames. The sharp increase in the global investment amount in Fintech industry is proved. It is determined that the largest investment activity is observed in the US and European Union countries, and new players in Fintech

industry are Asian countries, particularly representatives of North-East Asian Nations Association. 6 of the top 7 global Fintech hubs are located in Asia and America. It is defined that in Ukraine investment into Fintech industry has intensified in recent years, when more than 100 companies were set up and most of them are operating in such spheres as: payment/money transfer (38 companies), technology and infrastructure (36 companies) and mobile wallets (22 companies). The factors stimulating the Fintech development in Ukraine are identified. It is determined on the basis of the carried out analysis that the following sectors received significant investment in Fintech: cash transfers and payments, credits and banking technologies, financial planning, insurance and others. Fintech global trends include mobile financial services, finance and payment management cash transfers, robots-consultant, insurance technology, crowdfunding, P2P crediting, blockchain and cryptocurrencies. The emphasis is made on the need to stimulate higher activity in Fintech industry in the world as well as in the national economy and facilitate the current business company conditions Fintech-companies create higher competitive businesses for bank institutions, insurance companies and other businesses of financial market by innovational products introduction.

Key words: investment policy, financial technologies, financial services, startup, cryptocurrency, crowdfunding, blockchain, hub.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.156

Received 08.04.2020

Постановка проблеми. Сучасні умови інтернаціоналізації бізнес-процесів, глобалізації фінансових ринків та сфер суспільної діяльності диктують необхідність формування нових напрямів розвитку суб'єктів господарювання. Кризові явища та фінансові потрясіння орієнтують фінансові установи адаптовуватися до нових глобальних вимірів та нових віх розвитку економічних відносин, в основі яких лежать інноваційні продукти, нові методи та системи. Однією із них є Fintech, котра є важливим інструментом поширення фінансових послуг та продуктів у нові сфери та серед різних сегментів населення.

У сучасних умовах Fintech є важливим елементом глобальної та національної економік. Розвиток, успіх та задоволеність кінцевого споживача інструментами Fintech зумовлено його клієнтоорієнтованістю та акцентуванням реалізації можливостей задоволення усіх вимог та потреб пересічного споживача фінансових послуг. Однак, деякі аспекти діяльності Fintech-індустрії є ще не достатньо врегульованими, а тому потребують значної уваги і з точки зору створення сприятливого інвестиційного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ретроспективи та сучасного стану фінансових технологій займаються українські та зарубіжні науковці. Сформувалося два підходи до вивчення цього питання: представники першого вивчають природу формування, основні завдання розвитку та характерні риси Fintech, а іншого – аналізують статистичну інформацію і вивчають особливості та тенденції розвитку Fintech-сектору.

Так, Мохан В. здійснив дослідження наслідків впливу Fintech-технологій на сучасну банківську систему [9]. Професори Ф. Мішкін та А. Серлетіс приділили увагу вивченню ролі фінансових технологій у трансформації сучасних фінансових ринків та нагляді [8].

Пилипенко О. досліджує сучасні драйвери та тренди українського Fintech-сектору і вказує на значні перспективи розвитку компаній на ринку фінансових технологій. Автор, аналізуючи інформацію про драйвери розвитку Fintech-сектору, визначає вплив світових тенденцій, зростання кількості компаній на вітчизняному та світовому ринку, формування нових ніш та викликів для розвитку вітчизняних компаній [3].

Науковці Семенов А. Ю. та Цирулик С. В. акцентують увагу на сучасні тенденції розвитку Fintech-послуг на світовому та вітчизняному ринках фінансових послуг [5]. Автори підтверджують тезу швидкого зростання Fintech-сектору, що зумовлено різноманітними чинниками (недовіра до банківського сектору, розвиток технологій обробки даних, проникнення соціальних мереж та месенджерів у фінансову систему та інші). Зазначені тенденції розвитку автори доповнюють статистичною інформацією.

Загалом зазначені науковці досить ґрунтовно підходять до дослідження зазначеної проблематики, відображаючи основні аспекти поширення явища фінансових технологій та його розвиток у глобальних та регіональних масштабах. Поряд із цим, важливо комплексно дослідити вплив інвестиційної політики в галузі Fintech, результати розвитку світового та вітчизняного ринку фінансових технологій.

Метою дослідження є дослідження світового та вітчизняного досвіду реалізації інвестиційної політики у галузі Fintech.

Постановка завдання. Повноцінне розкриття актуальності теми та досягнення мети лежить у площині дослідження наступних актуальних завдань: дослідження особливостей формування та розвитку Fintech-галузі в Україні та світі; аналіз основних чинників активізації Fintech-галузі в Україні; виокремлення перспектив розвитку Fintech-галузі.

Виклад основного матеріалу. Концепт Fintech вже став традиційним, адже в його основі лежить нове сприйняття економічних процесів, при чому його основними рушійними силами стали наявність мобільного Інтернету та поширення смартфонів із додатками, розвиток соціальних мереж, необхідність спрощення та зменшення періоду обслуговування, функціонування у форматі «24/7», а з іншого боку посткризова втрата довіри клієнтів до банківських установ та незадоволеність банківськими послугами. Дані позитивні виміри та негативні прояви сформували нішу, котра створює вагомі засади для розвитку Fintech, а також визначає значні можливості інвестування даних процесів.

Fintech стає ключовою конкурентною перевагою для міст, кожна країна приділяє йому більше уваги, намагаючися створити відповідні регуляторні рамки. Виграють міста, які можуть створити привабливе нормативно-правове та інституційне середовище для Fintech-індустрії.

З ТОП 7 світових Fintech хабів 6 знаходяться в Азії та Америці. З європейських міст лише Лондон займає четверте місце, трохи відстаючи від лідерів (таблиця 1).

Таблиця 1. Рейтинг Fintech хабів у світі, 2018 р. [7]

Table 1. Fintech hub rankings in the world, 2018 [7]

	Місто	Країна	Загальний рейтинг	Рейтинг Fintech-галузі
Глобальні Fintech-хаби	Пекін	КНР	1	1
	Сан-Франциско	США	2	2
	Нью-Йорк	США	3	3
	Лондон	Велика Британія	4	4
	Шанхай	КНР	5	5
	Ханчжоу	КНР	6	7
	Шеньчжень	КНР	7	6
Регіональні Fintech-хаби	Чикаго	США	8	8
	Сінгапур	Сінгапур	9	11
	Гонконг	КНР	10	10
	Сідней	Австралія	11	9
	Сіетл	США	12	20
	Токіо	Японія	13	14
	Бостон	США	14	17
	Париж	Франція	15	22

Регіональні Fintech суттєво відстають від глобальних за кількістю набраних балів. Промисловість міст залучає капітал і розмір інвестицій одночасно зростає. Динаміка глобального інвестування у різноманітні інструменти Fintech підтверджує вищезазначене обґрунтування (рисунок 1).

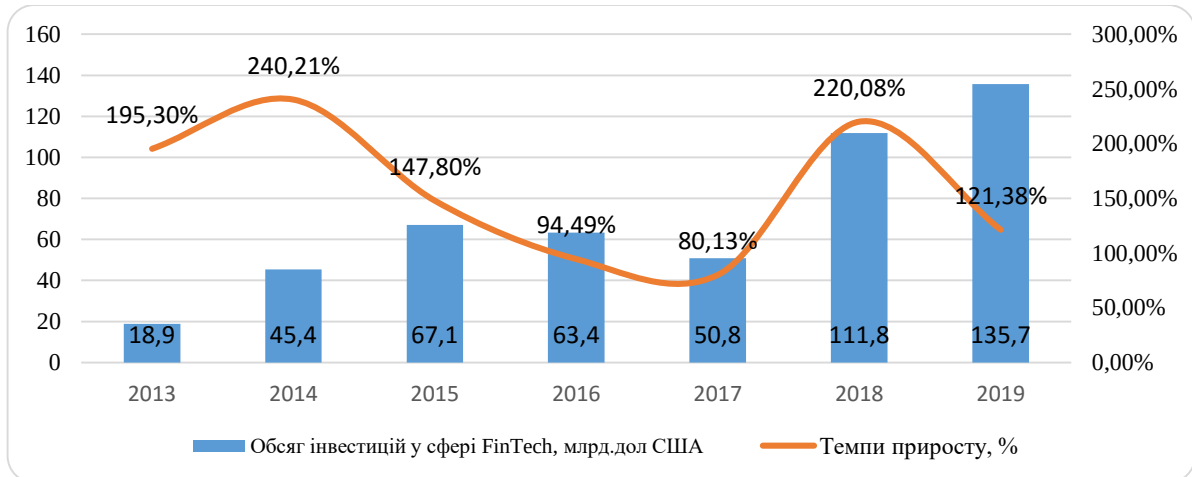


Рисунок 1. Динаміка обсягів глобального інвестування у Fintech-галузь, млрд. дол. США (ліва шкала) та темпи їхнього приросту, % (права шкала) [10]

Figure 1. Dynamics of global investments in Fintech-industry, billion USD (left scale) and their growth rate, % (right scale) [10]

Результати дослідження засвідчують різке зростання розміру глобального інвестування у Fintech-галузь, зокрема, якщо у 2017 році розмір інвестування складав 50,8 млрд. дол. США, то вже у 2018 році показник зростає до рівня 111,8 млрд. дол. США, а пік інвестування припадає на 2019 рік, коли обсяги інвестицій становили 135,7 млрд. дол. США. Найбільша інвестиційна активність спостерігається у США та країнах Європейського Союзу, а новими гравцями у Fintech-галузі є країни Азії, зокрема представників Асоціації держав Південно-Східної Азії (АСЕАН). Швидкі темпи розвитку, велика кількість населення і свобода від вкорінених бізнес-моделей – це дає б-тій економіці світу всі шанси стати одним з найбільших міжнародних Fintech-хабів.

В Україні інвестування у Fintech-галузь активізувалося протягом останніх трьох років, коли було утворено понад 100 компаній, більшість яких працюють у сфері payment/money transfer (38 компаній), technology and infrastructure (36 компаній) та mobile wallets (22 компанії). Більшість із них розташовано у Києві (понад 80%), Дніпрі, Одесі, Харкові, Львові та Рівному [6]. У 2020 році планується зростання Fintech-сектору в Україні, орієнтоване на швидке зростання числа стартапів та паралельний розвиток екосистеми, котрі будуть сприяти збільшенню зацікавленості з боку інвесторів, а також зростанню кількості інкубаторів та акселераторів. У контексті вище зазначеного, важливо відслідкувати особливості реалізації вітчизняної та міжнародної інвестиційної політики у галузі Fintech для виявлення характерних рис розвитку нових системних процесів.

Існує думка, що Fintech-компанії вже становлять загрозу для традиційних гравців, тобто банків [1]. Звіт відомого рейтингового агентства The Pulse of Fintech підтверджує дану точку зору, адже у 2018 році було інвестовано у розвиток інфраструктури Fintech близько 111,8 млрд. \$ (2590 укладених угод), у 2019 році даний показник становив 135,7 млрд. \$ (2693 укладені угоди) [10].

Значний обсяг інвестиційних надходжень у сфері Fintech отримали такі сектори як грошові перекази та платежі, кредитування та банківські технології, фінансове планування, страхування та ін. Серед глобальних трендів сфери Fintech слід зазначити мобільні фінансові послуги, управління фінансами та рахунками, грошові перекази, роботи-консультанти, страхові технології, краудфандинг, P2P кредитування, блокчейн

та криптовалюти. Видова панель розподілу FinTech-стартапів у світовому тренді зображена на рисунку 2.



Рисунок 2. Структура Fintech-стартапів у світовому тренді, % [2]

Figure 2. The structure of Fintech-startups in the global trend, % [2]

Досліджуючи світові тенденції інвестування у сфері Fintech необхідно відмітити, що венчурні інвестори залишаються зацікавленими у фінансуванні Fintech-стартапів.

Світові тренди у сфері FinTech (за даними бази даних The Pulse of Fintech) налічують 7891 Fintech компанію, і зазначені показники щодня збільшуються [10].

Великого розвитку інструментарії Fintech досягнув у США де обсяг венчурного інвестування за першу половину 2019 року склав 21,1 млрд. \$. Обсяг угод американських Fintech-компаній із залученням венчурного капіталу продовжив зростати переважно за рахунок відродження інвестицій з боку «бізнес-ангелів», «посівних» інвестицій та угод венчурного фінансування, що уклалися на ранніх стадіях. Інвестори швидко вкладали кошти у стартапи у нових підгалузях Fintech, які щойно з'явилися, включаючи регтех та інвестиційний банкінг. Паралельно вони продовжували інвестувати у зрілі компанії на пізніх стадіях, такі як Robinhood, чия угода на суму 363 млн. \$. була однією з найбільших угод VC за перше півріччя 2018 року.

В Європейському Союзі обсяг сукупних інвестицій у інструменті Fintech сягнув 26 млрд. \$. лише за першу половину 2019 року, цьому сприяло укладення чотирьох великих угод за участі відомих компаній WorldPay, Nets, iZettle, IRIS. Велика Британія є лідером із вкладанням коштів у галузь Fintech в Європі – \$ 16,1 млрд, та 5 з топ-10 угод в ЄС припадало на неї.

На азійському ринку інвестування у Fintech склало 16,8 млрд. \$ за рахунок укладеної угоди Ant Financial, та значного обсягу венчурного фінансування Серії С на суму \$ 14 млрд. за участю зазначеної компанії. Якщо не брати до уваги цю мега-угоду, в Азії були здійснені й інші значні інвестиції в галузі Fintech, включаючи щоквартальне збільшення обсягів інвестицій в Індії, Австралії та Сінгапурі. Блокчейн, регуляторні й страхові технології, залишалися ключовими пріоритетними напрямками для Fintech-інвесторів в Азії [4].

В Україні, як і в усьому світі, еволюція Fintech відбувалася спочатку у відповідь на банківську кризу 2008–2009 рр., а потім у результаті кризи 2013–2014 рр. Активна фаза інвестування у Fintech мала місце у 2017–2018 рр. коли на ринку України з'явилося одразу 60 компаній (основні серед них – Finmap, Ring, Hotline finance, LiteGo та ін.) [6].

На сучасному етапі Fintech у нашій країні перебуває на етапі становлення і налічує більше ніж 100 компаній із різним ступенем зрілості. Є кілька чинників, котрі унікальні для України і в поєднанні з розвиненою інфраструктурою стимулюють розвиток досліджуваного явища, а саме:

- інфраструктура. Проникнення Інтернету в Україні продовжує стрімко зростати між 2008–2019 роками, він став доступним більшості населення. Тільки 24% дорослого населення у 2008 р. мало доступ до Інтернету, тоді як у 2019 р. показник зріс до 65%;
- правове і регуляторне середовище. Покращується нормативно-правова база для підтримки Fintech та інших стартапів, ухвалено низку законодавчих актів, котрі регламентують дане питання;
- доступ до капіталу та інвестицій. Виконавча влада в Україні регулярно проголошує підтримку іноземних інвестицій, в тому числі і щодо широкого залучення інвестицій у Fintech-технології;
- кваліфікація персоналу. Україна зберігає високі стандарти освіти, особливо в математиці та точних науках, а талановиті спеціалісти у IT-галузі підтримують глобальну індустрію Fintech. Серед тенденцій розвитку Fintech-галузі в Україні є попит ринку, довіра до технології та належне правове регулювання [6].

Видова панель розподілу Fintech-стартапів в Україні зображена на рисунку 3.

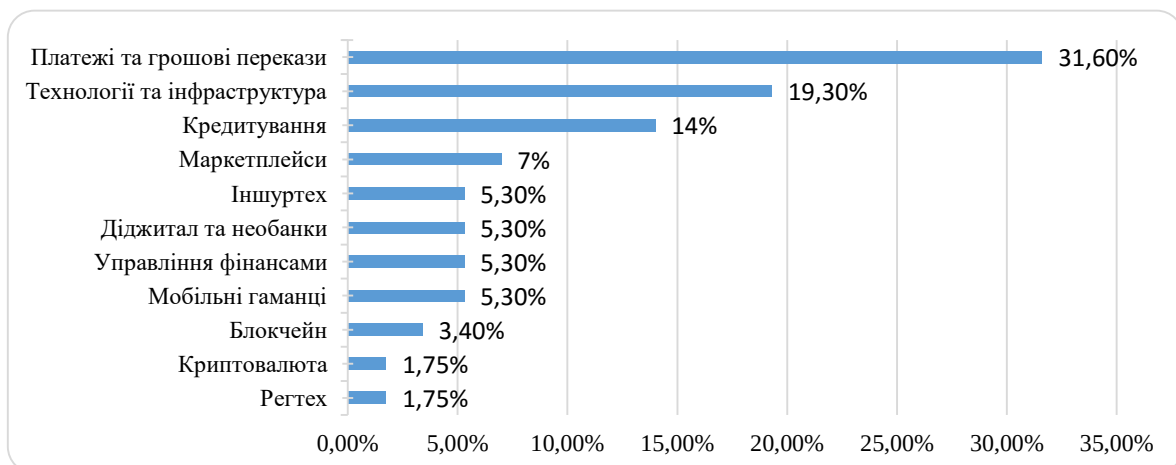


Рисунок 3. Структура Fintech-стартапів у Україні, % [2]

Figure 3. The structure of Fintech-startups in Ukraine, % [2]

Сучасний розвиток вітчизняного Fintech-ринку активно підтримується низкою різноманітних ініціатив та заходів Національного банку України. Так, ще у 2017 р. НБУ було затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 р. (Постанова № 391 від 18.06.2017), що передбачало низку ініціатив: курс на безготівкову економіку 2020; перехід на стандарти ISO20022; обмін документами у електронному форматі з використанням електронного підпису; скасування штампів, печаток та паперових копій; зберігання документів в електронному форматі; віддалена ідентифікація особи; можливість замовлення фінансових послуг онлайн; електронне візування сканкопій та підпис касових документів; можливість використання системи Bank ID для дистанційної ідентифікації клієнтів банків; захист прав користувачів фінансових послуг; підвищення фінансової грамотності населення; нові правила для

стимулювання ліцензування нових гравців у секторі платежів. Можна констатувати, що певний прогрес з реалізацією цієї програми став відчутним, хоча залишаються ще прогалини.

Багато зі створених в Україні Fintech-компаній націлені на європейський ринок. Відбувається експорт інтелектуального ресурсу до інших країн. Формується інфраструктура, необхідна для розвитку стартап-середовища, у вигляді акселераторів та інкубаторів. Проте, задля стимулювання зростання нових проєктів, необхідно ще пройти серйозний шлях створення правильних умов для ведення бізнесу в країні – це стосується як регуляторного середовища та змін у законодавстві, так і політики оподаткування для інноваційних компаній, а також простоти та прозорості у створенні стартапів.

Висновки. Резюмуючи зазначене необхідно наголосити на необхідності стимулювання підвищенні інвестиційної активності у Fintech-галузі як у світовій, так і вітчизняній економіці. Впроваджуючи інноваційні продукти, Fintech-компанії створюють достатньо жорстку конкуренцію банківським установам, страховим компаніям та іншим суб'єктам фінансового ринку. Основою подальшого розвитку у світовій та вітчизняній Fintech-галузях стануть наступні тренди, які якісно доповнюють сучасні Fintech-технології, а саме: заміна складних оффлайнових інструментів іпростішими діджитал-інструментами, розширення можливостей та впровадження нових способів безконтактних розрахунків, діджиталізації сфери е-рітейлу, використання нових технологічних інструментів (штучний інтелект, машинне навчання, нові Data-сервіси).

Conclusions. Summing up the above mentioned, it is necessary to emphasize the need to stimulate increased investment activity in Fintech industry in the world as well as in the national economy. By introducing innovative products, Fintech companies create sufficiently stiff competition for banking institutions, insurance companies and other financial market entities. The following trends will be the basis for further development in the global and domestic Fintech technologies which qualitatively supplement modern Fintech technologies: replacement of complex offline tools by much simpler digital tools, expansion of opportunities and introduction of new methods of contactless calculations, digitalization of e-retail, application of new technological tools (artificial intelligence, machine learning, new Data-services).

Список використаної літератури

1. Гриньков Д. Фінтех-революція. URL: <https://business.ua/finances/5684-fintekh-revolutsiya>.
2. Коваленко В. В. Розвиток Fintech: загрози та перспективи для банків України. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 4 (09). 2018. С. 127–133.
3. Пилипенко О. Що відбувається на ринку фінтех в Україні. URL: <https://www.imena.ua/blog/fintech-in-ukraine/>.
4. Світові інвестиції в Fintech досягли \$ 58 млрд. URL: <https://nachasi.com/2018/08/08/svitovi-investitsiyi-v-finteh-dosyagly-58-milyardiv-dolariv/>.
5. Семенов А. Ю., Цирулик С. В. Тенденції розвитку Fintech послуг на світовому та вітчизняному ринках фінансових послуг. Бізнес Інформ. 2018. № 10. С. 327–334.
6. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог (проєкт USAID «Трансформація фінансового сектору»). URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf.
7. Global Fintech Hub Report. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-ccaf-global-fintech-hub-report-eng.pdf.
8. Mishkin F. S., Serletis A. The economics of money, banking and financial markets. Toronto: Pearson Canada, 2011. 784 p.

9. Mohan V. Is Fintech disrupting the Banking Industry? URL: <https://opus4.kobv.de/opus4-hwr/frontdoor/index/index/docId/1988>.
10. The Pulse of Fintech 31 July 2019. Biannual global analysis of investment in Fintech. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/07/pulse-of-fintech-h1-2019.pdf>.

References

1. Hrynkov D. Fintekh-Revoliutsiia. The Fintech Revolution. URL: <https://business.ua/finances/5684-fintekh-revoliutsiya>.
2. Kovalenko V. V. Rozvytok Fintech Zahrozy Ta Perspektyvy Dlia Bankiv Ukrainy. Fintech Development: Threats and Prospects for Ukrainian Banks. Pryazovskyi Ekonomichnyi Visnyk. 2018. Vol. 4 (09) 2018. P. 127–133.
3. Pylypenko O. Shcho vidbuvaetsia na rynku fintekh v Ukraini. What's on the fintech market in Ukraine. URL: <https://www.imena.ua/blog/fintech-in-ukraine/>.
4. Svitovi investytsii v fintech dosiahly 58 mlrd. Fintech world investment reaches \$ 58 billion. URL: <https://nachasi.com/2018/08/08/svitovi-investytsiyi-v-finteh-dosyagly-58-milyardiv-dolariv/>.
5. Semenoh A. Yu., Tsyrylyk S. V. Tendentsii rozvytku Fintech posluh na svitovomu ta vitchyznianomu rynkakh finansovykh posluh. Trends in the development of Fintech services in the global and domestic financial services markets. Biznes Inform. 2018. № 10. P. 327–334.
6. Fintekh v Ukraini: tendentsii, ohliad rynku ta katalog (proekt USAID “Transformatsiia finansovoho sektoru”). Fintech in Ukraine: Trends, Market Overview and Catalog (USAID Financial Sector Transformation Project). URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf.
7. Global Fintech Hub Report. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-ccaf-global-fintech-hub-report-eng.pdf.
8. Mishkin F. S., Serletis A. The economics of money, banking and financial markets. Toronto: Pearson Canada, 2011. 784 p.
9. Mohan V. Is Fintech disrupting the Banking Industry? URL: <https://opus4.kobv.de/opus4-hwr/frontdoor/index/index/docId/1988>.
10. The Pulse of Fintech 31 July 2019. Biannual global analysis of investment in Fintech. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/07/pulse-of-fintech-h1-2019.pdf>.



УДК 005.334:658.15

КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ

Олена Шишкіна

Національний університет «Чернігівська політехніка», Чернігів, Україна

Резюме. Досліджено сутність та роль промислових підприємств у національній економіці в умовах ризику і невизначеності. Встановлено, що внаслідок дії ризикоформуючих факторів виникають численні фінансові ризики, які негативно впливають на процеси функціонування і розвиток промислових підприємств. Структуровано основні проблеми діяльності промислових підприємств, що спричинені впливом зовнішнього і внутрішнього середовища. Систематизовано термінологічні проблеми розуміння «промислового підприємства» як економічної категорії. З метою розуміння сутності промислового підприємства було уточнено спектр функцій властивих промислому підприємству. До ключових функцій промислового підприємства віднесено три групи: загальні (виробнича, відтворювальна, інтеграційна, стабілізуюча і збірна), внутрішньо організаційні (адміністративна, економічна, фінансова, комерційна, науково-технічна, соціальна, інформаційна), та функції зумовлені сферою діяльності, територіальним розміщенням та специфічними особливостями (бюджетно-податкова, містоутворююча, соціально-стимулююча, інноваційна, інвестиційна). Встановлено взаємозв'язок і взаємозалежність функцій та складових загальної політики й визначено фінансові та ринкові ризики промислового підприємства, що виникають у ході їх реалізації. З метою деталізації впливу різних видів фінансових та супутніх їх ризиків та розроблення зваженої системи управління ризиками, визначено основні види промислових підприємств за різними класифікаційними ознаками, а саме: за видами економічної діяльності, за ступенем охоплення підприємством різних стадій виробництва, за ступенем спеціалізації та за масштабами виробництва однотипної продукції, за призначенням готової продукції, за характером процесу переробки сировини, за часом роботи протягом року, за розміром, за формою власності, за технологічною (територіальною) цілісністю і ступенем підпорядкованості, за належністю капіталу.

Ключові слова: фінансові ризики, управління ризиками, промислові підприємства, політика управління, система управління, стратегія і тактика управління.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.164

Отримано 31.03.2020

UDC 005.334:658.15

CLASSIFICATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF FINANCIAL RISK MANAGEMENT

Olena Shyshkina

National University «Chernihiv Polytechnics», Chernihiv, Ukraine

Summary. The essence and role of industrial enterprises in the national economy under risk and uncertainty conditions are investigated in this paper. It is determined that risk-forming factors cause numerous financial risks negatively affecting the industrial enterprises operation and development. The basic problems in the industrial enterprises operation caused by the influence of the external and internal environment are structured. Terminological problems of «industrial enterprise» understanding as the economic category is systematized. In order to understand the essence of industrial enterprise, the range of functions typical for industrial enterprise is specified. The main functions of industrial enterprise include the following three groups of function: general (production, reproduction, integrative, stabilizing and combined); internally organizational (administrative, economic, financial, commercial, scientific and technical, social, informational); functions related to the field of activity, location and specific features (fiscal, city-forming, social-stimulating, innovative,

investment). The interrelation and interdependence of functions and components of general policy are defined and financial and market risks of industrial enterprise occurring during their implementation are determined. In order to specify the impact of different types of financial and related risks and to develop a sound risk management system, the main types of industrial enterprises are defined according to different classification characteristics such as: types of economic activity; degree of different production stages covered by the enterprise; degree of specialization and scale of similar products manufacturing; finished product assignment; type of raw material processing; operation time during the year; size; form of ownership; technological (territorial) integrity and degree of subordination; capital affiliation..

Key words: financial risks, risk management, industrial enterprises, management policy, management system, management strategy and tactics.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.164

Received 31.03.2020

Постановка проблеми. Стабільне функціонування промислових підприємств є необхідною умовою і визначальними чинником забезпечення соціально-економічного розвитку країни. Вітчизняній економіці властиві ознаки, які дозволяють стверджувати про наявність деструктивних процесів і затяжної фінансово-економічної кризи, котра є суттєвою перепорою для розв'язання комплексу проблем, властивих промисловим підприємствам, які, серед іншого, знаходять відображення у значних фінансових втратах. Наслідки цих фінансових втрат можуть різнитися залежно від сили впливу ризикоформуючих факторів на кінцеві показники діяльності підприємства. А з огляду на широкий спектр діяльності промислових підприємств, що належать до різних галузей, виникає потреба у групуванні за певними класифікаційними ознаками і функціональним призначенням з метою розроблення зваженої системи управління ризиками, що доводить необхідність даного наукового дослідження.

Вищезначені та інші проблеми промислових підприємств спричиняють значну кількість фінансових ризиків, а висока ймовірність їх прояву здатна нанести суттєву шкоду промислового підприємству та поставити під загрозу не тільки перспективи його розвитку, а й сам факт існування. Таким чином, актуальність управління ризиками, з метою мінімізації/нейтралізації можливих фінансових втрат не викликає заперечень. Вирішенню проблеми управління ризиками сприяє групування промислових підприємств за різними класифікаційними ознаками, що дозволить розробити адекватні ринкові механізми реагування на виникнення і посилення негативного впливу ризикоформуючих факторів. У зв'язку з цим, удосконалення існуючої систематизації і класифікації промислових підприємств з уточненням їх функціонального призначення є необхідною передумовою розроблення методологічної основи управління фінансовими ризиками промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика забезпечення стабільного функціонування і стійкого розвитку промислових підприємств знаходить відображення у численних науково-прикладних дослідженнях вітчизняних і іноземних науковців, серед яких вважаємо доцільним виділити наукові здобутки І. Ансоффа, Р. Акоффа, Ст. Біра, П. Друкера, М. Мескона, М. Портера, Д. Стігліца, Е. Демінга, Дж. Харрінгтона, А. Фейгенбаума та ін. Методологічні проблеми управління фінансовими ризиками у контексті функціонування і розвитку підприємств реального сектору економіки, зокрема промислових підприємств знаходиться в центрі уваги І. А. Бланка, А. А. Лобанова, А. Г. Грязнова, Р. В. Пікус, А. О. Старостіної, М. В. Чекулаєва, А. В. Чугунова і багатьох інших науковців.

Проведені теоретико-прикладні дослідження процесів функціонування і розвитку промислових підприємств різних видів діяльності, із використанням теоретичних та емпіричних методів, дозволи виявити низку спільних проблем притаманних більшості означених суб'єктів. У структурі загальних проблем промислових підприємств вважаємо доцільним виділити такі: конфлікт інтересів власників, топ-менеджменту і робітників

підприємства; відсутність або недостатній рівень відповідальності за рішення, що призвели до зневажання інтересами підприємства у наслідок чого підприємству були завдані збитки, у тому числі такі, які негативно вплинули на перспективні позиції на товарних, ресурсних та інших видах ринків; неефективна та непрозора діяльність апарату управління; нерівномірний й недостатньо обґрунтований розподіл ресурсів (у тому числі, фінансових, інформаційних та інших) між структурними підрозділами і напрямками/видами діяльності; значний ступінь фізичного зносу основних засобів, який спричинює збільшення відсотку браку, що підвищує валові витрати підприємстві й негативно впливає на параметри конкурентоспроможності продукції, що виготовляється; високий рівень морального зношення основних засобів, який не дозволяє використовувати нові технології і випускати новітню продукцію; невідповідність технології, що використовується сучасним потребам ринку, що знижує ймовірність залучення інвестиційних ресурсів необхідних для оновлення обладнання і устаткування; тривалий термін розроблення інновацій, наявність значних бюрократичних перепон для отримання авторських прав, патентів, ліцензій тощо; нестача фінансових ресурсів для реалізації інноваційних проєктів; недосконалість законодавчого поля, яке б гарантувало потенційним інвесторам захист їх інвестиційних вкладень від рейдерських атак, поглинань тощо, що негативно позначилося на інвестиційній привабливості як окремого підприємства, регіону, так і країни загалом. Нейтралізувати і мінімізувати негативний вплив цих проявів на функціонування і розвиток промислових підприємств можливо шляхом розроблення і впровадження зваженої системи управління ризиками, саме ці аспекти отримали недостатнє відображення у науковій літературі.

Метою статті є дослідження сутності і функціонального призначення промислових підприємств та обґрунтування необхідності управління фінансовими ризиками у процесі реалізації загальної політики розвитку орієнтованої на досягнення тактичних і стратегічних цілей.

Постановка завдання. Реалізація поставленої мети потребує формулювання і вирішення низки окремих завдань, до яких варто віднести: дослідження термінологічних проблем розуміння сутності промислових підприємств як економічної категорії; визначення характерних ознак і функціонального призначення промислового підприємства; встановлення взаємозв'язку та взаємозалежності функцій, складових загальної політики, фінансових та ринкових ризиків промислового підприємства; дослідження різних видів промислового підприємства за різними класифікаційними ознаками в контексті управління ризиками.

Виклад основного матеріалу. Необхідність побудови ефективної системи управління фінансовими ризиками промислового підприємства потребує розуміння сутності об'єкта, в діяльності якого виникають фінансові ризики котрі потребують мінімізації і нейтралізації. З огляду на це вважаємо доцільним зупинитися на термінологічних проблемах розуміння «промислового підприємства» як економічної категорії. Незважаючи на численність наукових праць, що стосуються створення, функціонування і розвитку промислових підприємств, саме у категоріальному апараті існують значні прогалини щодо його розуміння. Більшість тлумачних словників і енциклопедій не дають визначення категорії «промислове підприємство». Наприклад, тлумачний словник С. Ожегова визначає сутність промисловості як «...галузі виробництва, що охоплює переробку сировини, розробку надр, створення засобів виробництва і предметів споживання» [1]. Підприємство ж розглядається як «...виробнича або господарська установа: завод, фабрика, майстерня» [2]. Але при цьому не дається трактовка поєднаного словосполучення «промислове підприємство». Академічний тлумачний словник української мови визначає підприємство як «...окрема

виробнича установа (завод, фабрика т. ін.)» та як «...діяльність у якій-небудь галузі, що дає прибутки» [3]. Сутність промисловості трактується як «...найважливіша галузь суспільного матеріального виробництва; сукупність підприємств (фабрик, заводів, електростанцій, шахт т. ін.), на яких виробляються знаряддя праці, добувається і обробляється сировина, виготовляється частина предметів споживання» [4]. У цьому словнику також не надається тлумачення терміну «промислове підприємство».

У законодавчому полі України належність підприємств до промислових визначається через дотримання вимог Національного класифікатора України ДК 009:2010 [5] та Державного класифікатора будівель та споруд ДК 018-2000 [6]. Згідно із зазначеним, промислове підприємство – це підприємство, яке «...виробляє промислову продукцію у визначених обсягах згідно з заданою технологією» [5].

Податковий кодекс України (ПКУ), визначаючи об'єкти оподаткування (п. п. 266.2.2 п 66.2 ст. 266 ПКУ), вважає промисловими підприємства, що здійснюють процес промислового виробництва, котрий трактують як «...процес перероблення (механічного, хімічного, ручного тощо), який використовують для виготовлення нової продукції (споживчих товарів, напівфабрикатів чи засобів виробництва), оброблення товарів, які були у використанні, надання промислових послуг» [5, 7]. Промислові підприємства, що відображають процес промислового виробництва відносяться до таких секцій Національного класифікатора України: секція В «Добувна промисловість та розроблення кар'єрів»; секція С «Переробна промисловість»; секція Д «Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря»; секція Е «Водопостачання; каналізація, поводження з відходами»; секція F «Будівництво».

Державний комітет України з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду визначає промислове підприємство як «статутний суб'єкт, що має право юридичної особи і здійснює виробництво та реалізацію продукції певних видів з метою одержання прибутку» [8].

Опрацювання сучасних наукових доробок, дозволяє поглибити розуміння поняття «промислове підприємство» за допомогою наступних визначень.

Промислове підприємство – це: «...комплекс засобів виробництва для здійснення технологічного процесу виготовлення конкретної продукції» [9]; комплекс основних виробничих (цехи), допоміжних (споруди заводоуправління, побутові приміщення, їдальні тощо), енергетичних (електростанції, котельні, компресорні станції), транспортних (гаражі, депо тощо) та складських будівель (приміщення для зберігання сировини, матеріалів, напівфабрикатів й готової продукції), будівель і споруд, пов'язаних єдиним виробничим процесом [10]; «...відокремлене і незалежне з організаційної точки зору утворення зі статусом юридичної особи, яке виробляє та реалізує товари, надає послуги, виконує роботи; ...це складна структура, вся діяльність якої сконцентрована на виробництві нової продукції» [11].

Будь-яке промислове підприємство має на меті отримання прибутку, позитивна динаміка якого є свідченням ефективного функціонування підприємства, що дозволяє забезпечувати зростання доходів власників і робітників, задіяних у виробництві продукції, реалізувати інноваційні розробки і здійснювати інвестиції у власний розвиток, сприяючи тим самим зростанню конкурентоспроможності підприємства на внутрішніх й зовнішніх товарних ринках. Промислове підприємство можна розглядати як самостійне утворення, що здійснює певний виробничий процес, діяльність якого дозволяє задовольняти інтереси власників і робітників та забезпечувати потреби споживачів й інших контрагентів у продукції, що виготовляється.

Виробничий процес будь-якого промислового підприємства може бути пов'язаний з такими видами виробництва, як: *основне* – у ході якого забезпечується виготовлення продукції підприємства з метою її реалізації; *допоміжне* – спрямоване на

ремонт, налагодження, транспортування продукції, запасних частин, напівфабрикатів тощо; *підсобне* – у ході якого виготовляється супутня продукція (наприклад, тара і упаковка, які виступають необхідними складовими транспортування продукції із збереженням її властивостей, характеристик, атрибутів, що визначають товарний вигляд продукції); *побічне* – являє собою переробку та/або утилізацію відходів, які виникають у ході забезпечення основного виробництва; *експериментальне* – в ході якого створюються зразки продукції котрі плануються для подальшого виготовлення.

Наявність у межах промислового підприємства частини, або повного спектра перерахованих виробництв формує його специфіку діяльності, таке підприємство набуває специфічних ознак, які відрізняються від узагальнених (рисунок 1).

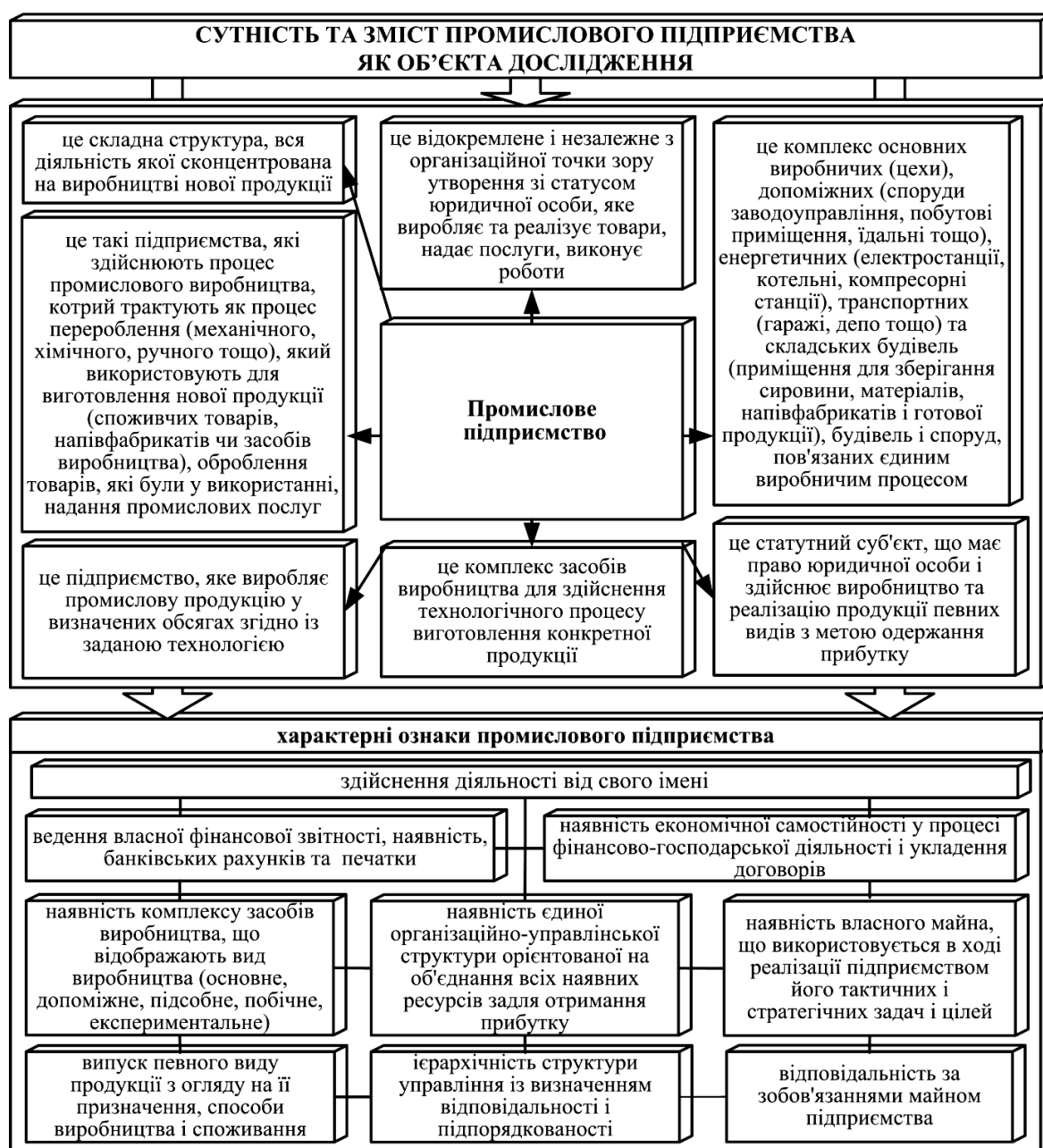


Рисунок 1. Сутність та характерні ознаки промислового підприємства

Figure 1. Essence and characteristics of industrial enterprise

Джерело: розроблено автором.

Основне виробництво відображає профіль промислового підприємства і визначається обладнанням та технологією, що застосовуються у ході виробничої діяльності. Види обладнання формують його структуру і визначають виробничі потужності підприємства, формують вузькі міста реалізації технологічного процесу й зумовлюють витрати, які з ними пов'язані та спричиняють низку фінансових та супутніх їм ризиків. Наприклад, за високого ступеня автоматизації діяльності, промислове підприємство має можливість скоротити витрати виробництва (але не на перших етапах його запровадження, внаслідок високої вартості і переважно прискореного метода нарахування амортизації т. ін.), що з одного боку сприятиме зростанню одержаних прибутків, а з іншого, при використанні у цьому процесі спеціалізованого, а не, наприклад, універсального обладнання, знижує або навіть унеможливує його переорієнтування на випуск іншої продукції, що загалом збільшує ризики фінансових втрат т. ін.

Склад, структура та стан основних засобів виробництва впливають й на рівень потреби у допоміжному виробництві та на рівень витрат, які пов'язані із його забезпеченням. Наприклад, при високому зносі обладнання зростає відсоток браку, що збільшує валові витрати виробництва, а також вимагає більших грошових вкладень у їх ремонт і налагодження. Наявність транспортної інфраструктури, особливо під'їзних колій, якими володіли і які обслуговувались середніми та великими підприємствами промислового комплексу країни порівняно із автомобільними шляхами, і транспортними засобами вимагали більше грошових коштів на утримання та експлуатацію, що зробило транспортування як допоміжний вид виробництва достатньо витратним. А в умовах неповного завантаження виробничих потужностей підприємств й неможливим для утримання, унаслідок чого промислові підприємства значно втратили свій потенціал, у тому числі, через ліквідацію під'їзних колій, розвантажувально-навантажувального обладнання тощо.

Підсобне виробництво, зокрема виготовлення упаковки, стає більш затратним. Так, унаслідок зростання вимог споживачів до зовнішнього вигляду товару, підприємство потребує придбання додаткового обладнання, навчання та/або перенавчання персоналу т. ін., що негативно позначається на витратах на збут та інших витратах. У такому випадку підприємство вирішує чи розвивати власне підсобне виробництво, чи замовляти означену продукцію у спеціалізованих компаній, відповідно передаючи їм ризики, що супроводжують даний процес.

Експериментальне виробництво дозволяє створювати нові зразки продукції, використовуючи при цьому інноваційні розробки. Наявність експериментального виробництва безумовно створює потенційні переваги підприємства у створенні конкурентоспроможної продукції, розширенні ринку збуту, а за рахунок зростання нематеріальних активів (патентів, ліцензій тощо) сприяє посиленню захисної здатності підприємства від небажаних поглинань т. ін. Проте запуск експериментальних зразків у серійне чи масове виробництво потребує залучення кредитних та/або інвестиційних ресурсів, що супроводжується інноваційними, інвестиційними, валютними, процентними та іншими видами фінансових ризиків. Одночасно відмова підприємства від науково-дослідних робіт і створення експериментального виробництва знижує для підприємства можливість ефективного розвитку і розширення ринку збуту у відповідності із змінами товарної та ринкової кон'юнктури. Як бачимо, виробничі процеси, що здійснюються промисловими підприємствами формують свій унікальний набір ризиків, які за умови неможливості уникнення/передачі та мінімізації здатні спричинити значні фінансові втрати.

Розуміння сутності промислового підприємства поглиблюється через врахування спектру властивих йому функцій, у ході реалізації яких виникають збурюючі чинники,

які спричиняють різні види фінансових ризиків. До ключових функцій промислового підприємства доцільним віднести такі три групи: загальні, внутрішньо організаційні та функції зумовлені сферою діяльності, територіальним розміщенням та специфічними особливостями (рисуюнок 2).

ФУНКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА				
1. Загальні функції промислового підприємства				
Виробнича	Відтворювальна	Інтеграційна	Збірна (узагальнена)	Стабілізує
Виражає залежність результатів діяльності від кількості та комбінації витрачених факторів виробництва та визначається конкретними технологічними процесами, що використовуються для створення продукції (робіт, послуг)	Проявляється у інвестуванні (спрямуванні) капіталу на розвиток, оновлення, розширення всіх підрозділів підприємства	Полягає в певному об'єднанні в часі і просторі різномісних соціально-економічних процесів й отриманні результату шляхом використання системних мультиплікативних ефектів	Реалізується у вигляді накопичення «виробничої пам'яті», закріпленої в традиціях підприємств, «сумі технологій», виробничої, господарської, управлінської діяльності, особливостях взаємовідносин, соціального клімату на підприємстві	Сприяє формуванню оптимальної кон'юнктури на місцевому, регіональному і національному ринку, створенню оптимальних умов функціонування та розвитку
2. Внутрішньоорганізаційні функції промислового підприємства				
Адміністративна	Економічна	Комерційна	Фінансова	
Передбачає раціональне використання всіх засобів виробництва, координацію дій працівників, належне управління персоналом, контроль за результатами праці	Полягає в задоволенні потреб товаровиробників і споживачів у товарах та послугах	Виражається в ефективній закупівлі факторів виробництва та реалізації виготовленої продукції (робіт, послуг)	Проявляється в залученні, розподілі і використанні фінансових ресурсів	
Науково-технічна	Соціальна		Інформаційна	
Сприяє розвитку та прискоренню темпів науково-технічного прогресу	Проявляється в задоволенні потреб як споживачів у різних сферах, так і робітників підприємства та членів їх сімей		Проявляється в поширенні інформації щодо продукції, ринків, цін і т.ін.	
3. Функції обумовлені сферою діяльності, територіальним розміщенням та специфічними особливостями				
Бюджетно-податкова	Містоутворююча	Соціально-стимулююча	Інноваційна	Інвестиційна
Реалізує взаємовідносини підприємств та держави з питань розподілу прибутку, формування і використання бюджетних коштів	Проявляється в створенні базових умов виникнення, становлення і розвитку населених пунктів різних видів	Передбачає стимулювання і соціальний захист робітників підприємства та членів їх сімей за рахунок різних фондів стимулювання, утримання й розвитку соціальної інфраструктури	Полягає в генерації, фільтрації і поширенні інновацій за рахунок впровадження яких здійснюється технологічний та організаційний розвиток підприємства і оновлення продукції	Полягає у виборі і реалізації найбільш ефективних форм реальних і фінансових інвестицій з метою забезпечення високих темпів розвитку зростання ринкової вартості промислового підприємства

Рисуюнок 2. Функції промислового підприємства

Figure 2. Functions of industrial enterprise

Джерело: розроблено автором.

Досліджуючи комплекс загальних функцій промислового підприємства та визначаючи роль кожної функції зауважимо, наступне: за допомогою *виробничої* функції ресурси перетворюються у результати виробництва; при *відтворювальній* – відбувається оновлення та розширення всіх структурних підрозділів суб'єкта господарювання за

прийнятими способами, методами і механізмами прийняття рішень; *інтеграційна* – забезпечує безпеку і стабільний розвиток; *збірна (узагальнена)* – реалізує певні наміри тієї чи іншої особи (осіб) та внутрішню логіку підприємства; *стабілізуюча* – сприяє створенню оптимальних умов функціонування і розвитку промислового підприємства.

Роль системи внутрішньоорганізаційних функцій підприємства проявляється таким чином: *адміністративна* – дозволяє реалізувати управлінські, організаційні і контролюючі функції на підприємстві; *економічна* функція властива кожному підприємству незалежно від його структури, галузі, ступеня підпорядкованості органам державної влади тощо; *комерційна* – реалізується на підприємстві окремими ланками, склад і кількість яких залежить від розмірів підприємства, і спрямована на безпосереднє або опосередковане задоволення потреб споживачів; *фінансова* – визначає фінансові та інвестиційні можливості підприємства; *науково-технічна* – сприяє розвитку та прискоренню темпів науково-технічного прогресу; *соціальна* – проявляється у задоволенні потреб як споживачів продукції, так і робітників, що її виготовляють та визначається рівнем доходів, динамікою їх змін, доступністю соціальних благ; *інформаційна* – проявляється у доступі до інформаційних ресурсів та формуванні власної інформації стосовно ринків збуту, ринків залучення капіталу, потребі у продукції що виготовляється т. ін., від повноти, достовірності якої залежить реальність сформованих на підприємстві планів і програм розвитку.

Група функцій, зумовлених сферою діяльності, територіальним розміщенням та специфічними особливостями визначає специфіку і напрямки діяльності промислового підприємства та забезпечує виконання його відповідальності перед бюджетом і робітниками, характеризує здатність не тільки створювати інновації, а й запроваджувати їх у виробничий процес, процес управління тощо.

Реалізація функцій прослідковується в ході досягнення тактичних і стратегічних цілей, які реалізуються через проведення зваженої політики підприємства, у ході здійснення яких проявляються численні ризики, що формуються мінливими умовами зовнішнього й внутрішнього середовища (Таблиця 1).

Таблиця 1. Взаємозв'язок і взаємозалежність функцій, складових загальної політики, фінансових та ринкових ризиків промислового підприємства

Table 1. Interrelation and interdependence of functions, components of general policy and financial and market risks of industrial enterprise

Функції промислового підприємства	Складові загальної політики промислового підприємства	Основні фінансові та ринкові ризики, пов'язані з реалізацією складових загальної політики промислового підприємства
1	2	3
Виробнича	економічна, фінансова, техніко-технологічна, інвестиційна, інноваційна	операційні, техніко-технологічні, інноваційні, інвестиційні, кредитні, процентні, ризики незбалансованої ліквідності
Відтворювальна	економічна, інвестиційна, інноваційна, комунікаційна	операційні, техніко-технологічні, інноваційні, інвестиційні, кредитні, процентні, ризики персоналу, ризики неплатоспроможності, ризики зниження фінансової стійкості, бюджетні, податкові
Інтеграційна	економічна, фінансова, комунікаційна	операційні, техніко-технологічні, інноваційні, інвестиційні, кредитні, процентні, операційні, ризики персоналу
Збірна (узагальнена)	економічна, фінансова, комунікаційна	операційні, техніко-технологічні, ризики порушення рівноваги фінансового розвитку, інноваційні, інвестиційні, кредитні, процентні

Закінчення таблиці 1

End of table 1

1	2	3
Стабілізуюча	економічна, фінансова, комунікаційна	неплатоспроможності, втрати фінансової стійкості, кредитні, процентні, інвестиційні, ризики форс-мажорних обставин, валютні, податкові, бюджетні, юридичні, інфляційні, репутаційні, ризики персоналу
Адміністративна	фінансова, комунікаційна	операційні, цінові, криміногенні, ризики персоналу,
Економічна	економічна, фінансова	цінові, товарні, фондові, процентні, валютні, депозитні, кредитні, форс-мажорні
Комерційна	асортиментна, облікова, асортиментна, збутова	бюджетні, податкові, митні, товарні, цінові, процентні, валютні, ризики втрати контролю над операціями
Фінансова	фінансова, дивідендна	ризики порушення рівноваги фінансового розвитку, ризики незбалансованої ліквідності, фондові, процентні, валютні, депозитні, кредитні та інші
Науково-технічна	техніко-технологічна, інноваційна, інвестиційна, комунікаційна	Інноваційні, інвестиційні, інформаційні, ризики втрати кваліфікації персоналу
Соціальна	комунікаційна, соціальна	інформаційні, ризики втрати доходів і прибутків, неплатоспроможності
Інформаційна	Комунікаційна	інформаційні, ризики персоналу
Бюджетно-податкова	економічна, фінансова	неплатоспроможності, втрати фінансової стійкості, кредитні, процентні, інвестиційні, валютні, податкові, бюджетні, митні,
Містоутворююча	фінансова, соціальна, комунікаційна	бюджетні, податкові, юридичні, кредитні, втрати ліквідності,
Соціально-стимулююча	соціальна, економічна	Ризики втрати доходів, інфляційні
Інноваційна	інноваційна, інвестиційна	Інноваційні, операційні, процентні
Інвестиційна	інвестиційна, фінансова, комунікаційна	Інноваційні, операційні, процентні, фондові, кредитні, валютні

Джерело: власна розробка автора.

Як бачимо, забезпечення функціонального призначення промислового підприємства здійснюється шляхом поєднання основних складових загальної політики спрямованої на досягнення основних цілей функціонування і розвитку.

Численність і різноманітність фінансових та супутніх їх ризиків, що виникають в діяльності промислового підприємства актуалізують проблематику управління фінансовими ризиками, що спрямовано на мінімізацію негативного впливу на процеси життєдіяльності промислового підприємства.

З огляду на те, що кожне промислове підприємство має притаманні йому особливості, які відрізняють його від інших аналогічних підприємств та певні риси, які дозволяють порівняти його з іншими підприємствами, можна зазначити, що системі фінансових ризиків можливо виділити загальні та специфічні групи ризиків. Такій градації ризиків повинна передувати систематизація промислових підприємств, що дозволить виділити характерніші групи означених промислових утворень.

Дослідження науково-довідкової літератури та законодавчої бази дозволило автору узагальнити основні критерії класифікації та виділити наступні види промислових підприємств [5,7, 9–12].

1. *За видами економічної діяльності* (згідно із Національним класифікатором ДК 009:2010), промислові підприємства можуть належати до:

– добувної промисловості та розроблення кар'єрів (добування кам'яного та бурого вугілля; добування сирої нафти та природного газу; добування металевих руд;

добування інших корисних копалин і розроблення кар'єрів; надання допоміжних послуг у сфері добувної промисловості та розроблення кар'єрів);

- переробної промисловості (виробництво харчових продуктів (у т. ч.: м'яса та м'ясних продуктів, перероблення та консервування риби, перероблення та консервування фруктів і овочів, виробництво олії та тваринних жирів, виробництво молочних продуктів, виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів і крохмальних продуктів, виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів, виробництво інших харчових продуктів); виробництво напоїв; виробництво тютюнових виробів; текстильне виробництво; виробництво одягу; виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів; крім меблів; виробництво паперу та паперових виробів; поліграфічна діяльність, тиражування записаної інформації; виробництво коксу та продуктів нафтопереробки; виробництво хімічних речовин і хімічної продукції; виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів; виробництво гумових і пластмасових виробів; виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції; металургійне виробництво; виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування; виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції; виробництво електричного устаткування; виробництво машин і устаткування; виробництво автотранспортних засобів тощо);

- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря;
- водопостачання, каналізація, поводження з відходами (забір, очищення та постачання води; каналізація, відведення й очищення стічних вод; збирання, оброблення й видалення відходів; відновлення матеріалів; інша діяльність щодо поводження з відходами);

- будівництво (будівництво будівель; будівництво споруд; спеціалізовані будівельні роботи).

2. *За ступенем охоплення підприємством різних стадій виробництва* виділяють: підприємства на яких виконується одна чи кілька стадій виробництва та комплексні підприємства (на яких виконується більшість або всі стадії виробництва);

3. *За ступенем спеціалізації та за масштабами виробництва однотипної продукції* промислові підприємства:

- спеціалізовані (вузькоспеціалізовані, монопрофільні) – випускають обмежений спектр продукції, а на кожному робочому місці кількість видів робіт є незначною. Можуть поділятися на: заготівельні, виробничі, переробні та інші;

- універсальні (багатопрофільні) – виробляють широку номенклатуру і значний асортимент продукції різного призначення, при цьому на кожному робочому місці може виконуватись широкий спектр робіт. Можуть поділятися на: виробничо-заготівельні, виробничо-переробні, заготівельно-переробні тощо;

- комбіновані (змішані) – складають перехідну групу між спеціалізованими і універсальними видами промислових підприємств; при цьому один і той самий вид сировини або готової продукції на одному і тому підприємстві здатен перетворюватися паралельно або послідовно на другий, а згодом, і третій вид продукції (приміром, виробничо-заготівельно-переробні підприємства);

За призначенням готової продукції: виробництво засобів виробництва (машин і устаткування, транспортних засобів тощо); виробництво предметів споживання (виробництво харчових продуктів; текстилю, одягу, шкіри тощо);

За характером процесу переробки сировини: підприємства з безперервним процесом виробництва; підприємства переривчастим процесом виробництва;

За часом роботи протягом року: підприємства сезонної дії (наприклад, підприємства пов'язані з переробкою окремих видів сільськогосподарської продукції); підприємства цілорічної дії (наприклад, виробництва одягу, машин і устаткування, транспортних засобів тощо);

За розміром (згідно із статтею 55 Господарського кодексу України):

– мікропідприємства – «...юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України»;

– малі підприємства – «...юридичні особи, суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України»;

– середні – усі інші суб'єкти, що не належать до мікро-, малих та великих підприємств;

– великі – «юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України» [12].

Значна кількість великих підприємств, якими вирізнялась українська економіка за часів існування радянської системи господарювання, згодом припинила своє існування внаслідок нездатності адаптуватись до потреб ринкової економіки, через що країна втратила значну частину своїх виробничих потужностей. Криза у промисловому секторі підштовхнула розгортання затяжної кризи, наслідки якої виявились неподоланими й досі.

За формою власності: державні – базуються на державній власності; колективні, які працюють на основі колективної власності; приватні, що функціонують на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи); підприємства, засновані на змішаній формі власності, котрі діють на базі об'єднання майна різних форм власності.

За технологічною (територіальною) цілісністю і ступенем підпорядкованості:

– асоційовані – це група суб'єктів господарювання – юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної та/або організаційної залежності у формі участі в статутному капіталі та/або управлінні [12, стаття 126]. У структурі асоційованих підприємств можна виділити: головні, які мають виключне право діяти від групи (об'єднання підприємств) – учасників господарських відносин та дочірні, які залежать від іншого підприємства;

– підприємства, що не підпорядковані іншому підприємству.

За належністю капіталу: національні – де капітал підприємства належить резидентам України; іноземні – у яких капітал підприємства належить нерезидентам України; спільні підприємства – які функціонують на капіталі, що належить як резидентам, так і нерезидентам України.

Наведені ознаки класифікації не є остаточними і повними, вони можуть уточнюватися і доповнюватися по мірі розвитку суспільного виробництва, появи нової техніки і технологій, котрі дозволяють залучати і використовувати нові види ресурсів.

Усе різноманіття промислових підприємств функціонує в умовах невизначеності зовнішнього й внутрішнього середовища, зміни якого спричиняють появу різних видів фінансових ризиків та зумовлюють особливості їх коливання.

Висновки. У ході досягнення цілей підприємства та реалізації виробничої, фінансової, збутової та інших напрямків загальної політики, промислове підприємство відчуває вплив збурюючих факторів, здатних призвести до фінансових втрат. Протидія негативному впливу ризикоформуючих факторів повинна забезпечуватися системою управління фінансовими ризиками промислового підприємства. З огляду на специфічність окремих фінансових ризиків, які притаманні різним промисловим

підприємствам різної галузевої спрямованості, вважаємо необхідним класифікувати загальні і специфічні фінансові та супутні їх ризики для різних видів діяльності, що потребує подальших наукових досліджень.

Conclusions. While accomplishing the enterprise goals and implementing production, financial, marketing and other general policy directions, the industrial enterprise is influenced by disturbing factors resulting in financial losses. The countermeasures to the negative impact of risk-forming factors should be provided by the financial risk management system of the industrial enterprise. Taking into account the peculiarity of certain financial risks typical for different industrial enterprises of various areas, we consider it necessary in further scientific investigations to classify general and specific financial and related risks for different types of activity.

Список використаної літератури

1. Словарь Ожегова. Толковый словарь русского языка. URL: <http://www.ozhegov.com/words/27943.shtml>.
2. Словарь Ожегова. Толковый словарь русского языка. URL: <http://www.ozhegov.com/words/26408.shtml>.
3. Словник української мови: в 11 томах. Том 6. 1975. С. 487. URL: <http://sum.in.ua/s/pidpryjemstvo>.
4. Словник української мови: в 11 томах. Том 8. 1977. С. 230. URL: <http://sum.in.ua/s/promyslovistj>.
5. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>.
6. Державний класифікатор будівель та споруд: ДК 018-2000. URL: https://dnaop.com/html/32977_2.html.
7. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Державний комітет України з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду. Наказ «Про затвердження Правил безпеки в газовому господарстві коксохімічних підприємств і виробництв» від 27.03.2007. № 61. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/TM032405.html.
9. Понятие о промышленном предприятии. URL: <http://topknowledge.ru/ekonomika-predpriyatiya/1682-ponyatie-o-promyshlennom-predpriyatii.html>.
10. Основные определения, типологическая классификация промышленных предприятий. URL: <http://stroy-spravka.ru/article/osnovnye-opredeleniya-tipologicheskaya-klassifikatsiya-promyshlennykh-predpriyatii>.
11. Промышленные предприятия: понятие и сущность. URL: <https://sprintinvest.ru/promyshlennye-predpriyatiya-ponyatie-i-sushhnost>.
12. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

References

1. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. Explanatory dictionary of the Russian language. URL: <http://www.ozhegov.com/words/27943.shtml>.
2. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. Explanatory dictionary of the Russian language. URL: <http://www.ozhegov.com/words/26408.shtml>.
3. Slovyk ukrayins'koyi movy. URL: <http://sum.in.ua/s/pidpryjemstvo>.
4. Slovyk ukrayins'koyi movy. URL: <http://sum.in.ua/s/promyslovistj>.
5. Natsional'nyy klasyfikator Ukrayiny. Klasyfikatsiya vydiv ekonomichnoyi diyal'nosti DK 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>.
6. Derzhavnyy klasyfikator budivel' ta sporud: DK 018-2000. URL: https://dnaop.com/html/32977_2.html.
7. Podatkovyy kodeks Ukrayiny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Derzhavnyy komitet Ukrayiny z promyslovoyi bezpeky; okhorony pratsi ta hirnychoho nahlyadu, Nakaz "Pro zatverdzhennya Pravyl bezpeky v hazovomu hospodarstvi koksokhimichnykh pidpryyemstv i vyrobnytstv" vid 27.03.2007 № 61). URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/TM032405.html.
9. Ponyatiye o promyshlennom predpriyatii. The concept of an industrial enterprise. URL: <http://topknowledge.ru/ekonomika-predpriyatiya/1682-ponyatie-o-promyshlennom-predpriyatii.html>.
10. Osnovnyye opredeleniya, tipologicheskaya klassifikatsiya promyshlennykh predpriyatiy. Basic definitions, typological classification of industrial enterprises. URL: <http://stroy-spravka.ru/article/osnovnye-opredeleniya-tipologicheskaya-klassifikatsiya-promyshlennykh-predpriyatii>.
11. Promyshlennyye predpriyatiya: ponyatiye i sushchnost'. Industrial enterprises: concept and essence. URL: <https://sprintinvest.ru/promyshlennye-predpriyatiya-ponyatie-i-sushhnost>.
12. Hospodars'kyy kodeks Ukrayiny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

MANAGEMENT

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 658.3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА АБО «КОРПОРАТИВНА ЕТИКА» ЯК ЗАСІБ ВИХОВАННЯ БІЗНЕСМЕНА

Ольга Гагалюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна

Резюме: Висвітлено значення таких понять як корпоративна культура та корпоративна етика. Наведено трактування щодо наведених визначень. Означено логічно-наслідковий зв'язок корпоративної культури та ефективності розвитку підприємств. Розглянуто характер етичних взаємовідносин між працівниками корпорацій і підприємствами загалом. Описано проблему низької корпоративної етики, або її відсутності на більшості українських підприємств, визначено відмінність між термінами «корпоративна культура» та «корпоративна етика». У багатьох керівників описані поняття хоч і викликають скептичне відношення, проте такий простий набір правил поведінки задекларований документально, дає достатньо ефективні результати, попри те, що базується на загальноприйнятих нормах етики та законодавства. Ефективність корпоративної етики неодноразово доведена міжнародними та успішними українськими компаніями. У першу чергу ефективність досягається за рахунок згуртованості працівників, як основного активу будь-кого підприємства. Описані принципи, які спроектувавши на будь-який колектив, менеджерам дозволить краще розподіляти обов'язки. Розглянуто методи впливу, які сприятимуть ефективній роботі працівників і, в результаті, підприємства. Обґрунтовано тезу, про відсутність «корпоративної культури» в малих та середніх підприємствах різних форм власності та необхідність її впровадження і декларування шляхом формування кодексу «корпоративної етики» підприємства. Наголошено на наявності кризи керівників, а надто в державному секторі, які є першоджерелом формування корпоративної етики на підприємстві, адже головним ідеологом корпоративної культури має бути керівник або власник бізнесу, який виходячи з призначення і мети діяльності підприємства повинен формувати корпоративну культуру. Описано риси, які характеризують успішного керівника та володіючи якими кожен керівник зможе сформувати сприятливий клімат для своїх працівників. Запропоновано розробити правила поведінки бізнесмена, з яких сформувати статут чи кодекс правил (моральний кодекс) поведінки менеджера, працівника, підприємця, власника ін.

Ключові слова: корпоративна етика, корпоративна культура, керівник, менеджер, підприємство, кодекс корпоративної етики.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.176

Отримано 10.03.2020

UDC 658.3

THE WAYS OF THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CULTURE OR «CORPORATE ETHICS» AS A MEANS OF BUSINESSMAN EDUCATION

Olha Hahaliuk

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary: The importance of such concepts as corporate culture and corporate ethics are highlighted in this paper. The interpretation of the mentioned definitions is given. The logical and consequential connection of corporate culture and enterprise development efficiency are defined. The nature of ethical relationship between corporation employees and enterprises in general is considered. The problem of low corporate ethics or its lack in most Ukrainian enterprises is described, the difference between the terms «corporate culture» and «corporate ethics» is determined. Many directors take the described concepts with a grain of salt, but such simple set of documentary declared behaviour rules, produces sufficiently effective results, despite being based on generally accepted ethics and law. The effectiveness of corporate ethics is often proved by international and successful Ukrainian companies. First of all, efficiency is achieved by the employees cohesion as the main asset of any enterprise. The described principles while designing for any team make it possible for managers to distribute responsibilities more effectively. Methods of influence contributing to the effective employees work and, as a result, the enterprise itself, are considered. Thesis about the «corporate culture» absence at small and medium-sized enterprises of different forms of ownership and the necessity of its implementation and declaration by formation of the enterprise «corporate ethics» laws is substantiated. It is emphasized that there is crisis of directors, and especially in public sector, who are the primary source of corporate ethics at the enterprise, as the chief ideologist of corporate culture should be the manager or business owner, who, based on the enterprise purposes forms the corporate culture. The features characterizing successful manager and supporting him in creation favorable climate for their employees are described. It is proposed to develop the behaviour rules for businessman and to formulate the statute or code of rules (moral code) of behavior for manager, employee, entrepreneur, owner, etc.

Key words: corporate ethics, corporate culture, leader, manager, enterprise, corporate ethics code.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.176

Received 10.03.2020

Постановка проблеми. Корпоративна етика та корпоративна культура, як явище уже давно стали частиною філософії великих транснаціональних, міжнародних корпорацій чи інших великих компаній. Незважаючи на те, що корпоративна культура є основою формування міжособистісних стосунків працівників і загалом визначає цілі, мету підприємств, все ще не є частиною філософії власне багатьох українських підприємств. Впровадження менеджерами «корпоративної культури» в умовах ринкової економіки, в умовах сьогодення є необхідним і вкрай важливим явищем, оскільки формує у працівників відчуття частини. Власне, ці та інші обставини зумовлюють актуальність та своєчасність теми статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням корпоративної культури як ефективним інструментом формування успішного підприємства займалися такі вітчизняні учені: Т. Чернишова [3], О. Тарасова [12], В. Семененко [13], О. Апостолук [14], О. Бала [15], М. Дмитренко [15], В. Зеліч [17], В. Козлов [18].

Багато фахівців сходяться в думці, що корпоративна етика повинна об'єднувати працівників підприємства загалом [3]. Шляхи підвищення культури підприємництва або корпоративна етика, як засіб виховання бізнесмена, залишилися за полем зору вітчизняних науковців. Це і дозволило сформулювати мету та завдання дослідження.

Мета статті – пошук шляхів підвищення культури підприємництва або використання корпоративної етики як засобу виховання сучасного бізнесмена.

Постановка завдання. Уточнити поняття «корпоративна етика» та «корпоративна культура», розглянути теоретичні основи формування ефективності підприємств за рахунок означених чинників.

Виклад основного матеріалу. В умовах галопуючого розвитку підприємництва, актуальним виступають корпоративна культура та організація етики взаємовідносин як засобу виховання бізнесмена. Мабуть, немає такого бізнесмена, який би не зрозумів висловлювання: «корпоративний дух», «корпоративне мислення». У більшості випадків, ці висловлювання ми могли чути у фільмах про бізнес. В уяві постає велика корпорація з працівниками в дорогих костюмах або інша фінансова установа, банк, брокерська контора тощо. Саме американська кіноіндустрія подала ці терміни у такому вигляді й розумінні та сформуvala уявлення про них. Але насправді, під описаними вище термінами мається на увазі, «корпоративна культура» або «корпоративна етика». І це не дивно, адже саме американські вчені з середини 70 років XX ст. почали активно її вивчати, як явище підвищення продуктивності підприємств [1]. Проте сам термін «корпоративна культура» на той час ще не увійшов у вжиток і ще не сформувався як такий.

Якщо опитати усіх працівників середньостатистичної фірми, незалежно від типу і форми власності, про розуміння термінів «корпоративна культура» чи «корпоративна етика», то кожен з працівників розуміє цей вислів по своєму, але не завжди може дати його чітке визначення. Адже не всі можуть прослідкувати логічно – наслідковий зв'язок, але зрозуміло одне, що це щось не матеріальне. А пояснити його вплив і значення на економічний розвиток фірми – взагалі є недосяжним. А з іншого боку, чим саме загальноприйняті слова «культура» і «етика» відрізняються від «корпоративної культури» чи «корпоративної етики». І якщо не має різниці, то навіщо так ускладнювати? Але різниця все-таки є. Це набір правил поведінки і взаємодії працівників в організації, який, як правило, базується на загальноприйнятих нормах етики, законодавства тощо. Й незалежно від того, чи маємо ми пояснення описаних понять, чи ні, всі ми є, хоч і несвідомо, частиною тієї чи іншої «корпоративної культури». На роботі – частиною колективу, а вдома – членами сім'ї.

Починаючи з 70 років минулого століття й до сьогодні прослідковується інтерес до корпоративної культури, адже за її допомогою можна вирішити певні проблеми, які виникають в організаціях і завдяки цьому покращити ефективність функціонування підприємств.

У літературних джерелах можна зустріти багато подібних між собою визначень, зокрема й таке: «корпоративна культура» - це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації [2]. Насправді, ці визначення є не завжди коректними, іноді занадто складними, а часом і суперечливими. Проте, мабуть єдине, що є спільним для них усіх, це те, що немає єдиного «рецепту» для формування корпоративної культури.

Велика кількість статей присвячена і поясненню, і формуванню, і удосконаленню цього терміну. Проте, є багато суперечливих трактувань і визначень, які дають підстави робити висновки, що вони написані «теоретиками», а не «практиками».

Наприклад, можна навести кодекс корпоративної етики державної компанії «Нафтогаз» [4]. У 2017 році було розроблено нову редакцію Кодексу корпоративної етики, який ґрунтується на загальновизнаних принципах, нормах українського та міжнародного права і впроваджує найкращу європейську практику. Головними цінностями взаємодії Кодекс визначає сумлінність та довіру, прозорість, професіоналізм, справедливість, зосередженість на навчанні. В ньому декларуються місія, корпоративні цінності, правила та принципи бізнес-етики, різні політики компанії щодо охорони навколишнього середовища, сфери охорони здоров'я, безпеки, охорони праці, прав

людини, взаємодії зі співробітниками, конфлікту інтересів і т. д. Загалом кодекс викладено у вичерпній і зрозумілій формі, який регулює сфери діяльності підприємства й взаємодії працівників. Кожен працівник при прийманні на роботу повинен ознайомитися з кодексом і підписатися. Кодекс також передбачає звільнення з роботи у разі його порушення.

То чому ж корпоративній культурі приділяється така увага? Тому що доведено її вплив на ефективність розвитку підприємства, який полягає в згуртованості працівників, як основного активу будь-кого підприємства. Є багато трактувань поняття «корпоративної культури», яке ототожнюють з «корпоративною етикою», проте кінцевого й чіткого визначення цього терміну немає. Незважаючи на те, що деякі автори стверджують, що корпоративна культура – це специфічна форма існування цінностей на підприємстві [3], то і її можна заперечити. Головною метою будь-якого підприємства є отримання прибутку, який у свою чергу, безпосередньо залежить від компетентності, продуктивності і психологічного стану працівників. Завдання керівництва використати працівників з максимально можливою продуктивністю. Деякі брокерські та фінансові компанії, навіть вводять посаду штатного психолога, який вберігає працівників від «вигорання». Усе націлено на максимальну ефективність працівників і відповідно отримання максимального прибутку. Необхідно розуміти, що це само собою передбачає високий професіоналізм працівників і гідну оплату праці.

Як було описано вище, метою функціонування підприємства є отримання високого прибутку, а менеджера – забезпечення його отримання і ефективного використання наявних ресурсів. При обмежених трудових і фінансових ресурсах досить важко досягати високих результатів, коли працівника цікавить лише отримання зарплати при опосередкованому виконанні обов'язків. Ведеться постійна «неоголошена» боротьба між рядовими працівниками (виробничниками) та менеджерами, суть якої полягає в отриманні працівником вищої платні, а менеджеру – у використанні працівника максимально ефективно при менших видатках. Б. Шефер у своїй книзі [7] поділяє людей на качок і орлів. Качки – завжди знають краще і знаходять 150 причин для того, щоб нічого не робити. Вони сидять у своєму теплому гнізді й критикують все і всіх. Орли ж навпаки – шукають вирішення проблем. Їм мотивація не потрібна, бо знають, що мають робити. «Синдром вічного ниття» характерний для багатьох працівників підприємств різних форм власності. Не завжди працівники схвально відзиваються про свого керівника-орла і це цілком зрозуміло. На рівні працівника – базовий інстинкт отримання зарплати, а керівника – забезпечення життєдіяльності підприємства загалом і в тому числі, забезпечення зарплатнею того самого працівника. Загалом складається така атмосфера, коли працівники нібито в опозиції до керівника й відбувається своєрідне «перетягування канату». Досить часто критикують керівників, сидячи у своїй «зоні комфорту» не розуміючи, що саме «зону комфорту» їм створюють якраз ці самі боси. По-перше, це пояснюється рівнем освіти, а по-друге різними рівнями сприйняття реальності, яка визначається, як не дивно рівнем відповідальності. Тут можна процитувати слова з пісні В. Висоцького «...жираф большой – ему видней...». І по аналогії – це можна назвати рівнем «стільця», з висоти повного зросту значно більше можна побачити, ніж сидячи.

У численних статтях з економіки підприємств [8] описано поділ працівників за формальними ознаками, наприклад: професією, віком, стажем, кваліфікацією, досвідом тощо. Такий поділ є формалізованим і передбачає відповідність отриманої освіти до виконуваної роботи, проте, не враховує тип особистості, їх інтереси. Американський підприємець Том «Великий Ел» Шрейтер у своїй книзі [9] описує 4 типи людей, залежно від їх особливостей і присвоює назви кольорів, а саме: «жовті» – це професійні помічники. Їм подобається допомагати іншим. Вони безкорисні, виконавчі і співчутливі.

Вони не генерують ідей – ідеальні виконавці. Вони ж люди компромісу, з усіма радяться, щоб нікого не образити. Наступні це «сині» – професійні гуляки і веселуни. Все, що вони роблять має приносити задоволення й веселощі. Це люди дії, вони не вникають у деталі. Їм потрібно поставити мету та ціль – метод вирішення знайдуть самі, але має бути весело. Далі «червоні» – це керівники. Вони самі знають, що їм робити. Чужа думка їх абсолютно не цікавить. Мало того, вони ще й знають, що мають робити інші і їм на це вказують. Абсолютна протилежність до «жовтих». «Зелені» – аналітики. Перед прийняттям рішення достеменно вивчають проблематику до найменших дрібниць, враховуючи непередбачувані обставини. Їх можна назвати професійними дослідниками. Абсолютна протилежність до «синіх». Вони не люблять бути в центрі уваги. Описані принципи цілком можна спроектувати на будь-який колектив, адже це люди, а менеджерам дозволить краще розподіляти обов'язки.

Також до функцій менеджерів, можна віднести знаходження та застосування таких методів впливу, які сприятимуть ефективній роботі працівників і, в результаті, підприємства. До одного з таких методів можна віднести формування і впровадження корпоративної культури. Якщо кримінальний кодекс визначає покарання за прорахунки або злочини, то там немає жодного слова про вульгаризми і конфліктні ситуації. Як покарати людину за ненормативну лексику? Щонайменше такий індивідуум може отримати осуд зі сторони оточуючих. Адже не існує кримінального кодексу за порушення етичних норм. Формування етичних правил поведінки, це скоріше рекомендація не обов'язкова до виконання. Інша справа, коли правила поведінки зібрати в статут чи кодекс правил. У такому разі такий документ матиме юридичну силу і виконуватиме щонайменше 2 функції – стримувальну та заохочувальну. Звичайно, кодекс етики не має такої юридичної сили як закон, проте, його буде цілком достатньо для звільнення працівника у разі його порушення. Кодекс корпоративної етики регулює чіткі і прості правила, які є першоджерелом у формуванні корпоративної культури загалом.

Ще однією метою впровадження менеджерами «корпоративної культури» є формування розуміння важливості самого себе, не тільки як співробітника на значно вищому рівні, а члена команди, живою частиною компанії й розумінні свого місця і виконуваної роботи, а не лише на рівні «зарплати». Безперечно, працівник буде показувати значно кращі результати, якщо створити комфортні умови.

Необхідно зауважити, що в Україні існує криза «якісних», «культурно зрілих» керівників, зокрема у державному управлінні. А їх «корпоративна культура» є своєрідним симбіозом стереотипів поведінки, яку перенесено з епохи комунізму та уявлень про «корпоративну культуру» нав'язану голлівудськими фільмами. І лише приватні компанії, у більшості випадків з іноземними інвестиціями, систематично проводять тренінги для керівників різних ланок. Визначним є не наявність іноземного капіталу як такого, а те, що їхні менеджери отримали освіту і практичні навички закордоном, в умовах ринкової економіки, що має на увазі прийняття «непростих рішень» в умовах конкуренції. Є також нова генерація українських менеджерів, які є скоріше винятком із правил. І це не дивно, адже європейські та американські школи менеджменту пройшли етапи становлення, а Україна ще проходить.

Багато дрібних підприємців, які формують власну справу здебільшого і поняття не мають про корпоративну культуру. Саме від них як засновників бізнесу залежить клімат і успіх власної справи. Бо хто, як не вони повинні бачити картину розвитку компанії й, виходячи з призначення і мети, формувати корпоративну культуру. Необхідно дати пояснення, які саме властивості характеризують успішного керівника. Безперечно, їх щонайменше дві – це професійна компетентність і власні якості. Літературні джерела [4, 7, 10, 11] вказують, що їх значно більше. Зокрема і мотивація,

відкритість, бажання вчитись ... і т. д. Дж. Рон у своїй книзі [11] написав, якщо знайти дурня і дати йому мотивацію, то ми отримаємо вмотивованого дурня. Виходячи з цього, а ні самої мотивації, а ні самого розуму не достатньо. Це має бути баланс характеристик. І безперечно одна з них – це бажання навчатися в процесі роботи. «Корпоративна культура», «етика взаємовідносин» сьогодні є атрибутом підприємства, яке піклується про імідж, ділову репутацію як усередині організації, так і за її межами.

Висновки. За своєю суттю корпоративна культура все ще є явищем незрозумілим і здебільшого непотрібним. Це пов'язано з низькою або відсутньою управлінською освітою керівників. Головним ідеологом корпоративної культури все-таки має бути керівник, або власник бізнесу, або найнятий професійний менеджер. Корпоративна культура якщо і присутня на підприємствах, то, як явище є якимось спотворенням складеним із стереотипів поведінки комуністично-тоталітарного режиму, які у даний час потрібно адаптувати в новостворених корпораціях незалежної України. Необхідно проводити освітню політику для керівників підприємств, методом проведення навчальних семінарів. Це найбільше стосується державного сектору та адміністрацій.

Conclusions. Essentially, corporate culture is still incomprehensible phenomenon and in most cases unnecessary. This is due to low or lack of managerial directors education. The chief ideologist of corporate culture should still be the manager, or business owner, or hired qualified manager. Corporate culture, even if it is present at the enterprises, is the phenomenon distorted by the stereotypes of communist-totalitarian behavior that nowadays should be adapted at the newly formed corporations of independent Ukraine. It is necessary to implement the educational policy for the enterprises managers by giving training seminars. It is very important for public sector and administrations.

Список використаної літератури

1. Corporate Culture. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-culture.asp>.
2. Пилипів В. Г., Волинець Н. В. Корпоративна культура як психологічний чинник успішного розвитку закладів ресторанного бізнесу. Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна». 2017. № 13. С. 63-66.
3. Чернишова А. О., Немченко Т. А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. Кіровоград : КНТУ, 2010. Вип. 17. С. 328–330.
4. Корпоративна етика. URL: <http://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/CD039B50EA1ACF46C2257E89002F0648?OpenDocument&Expand=4&%D1%96>.
5. Полянська А. С., Дюк О. М. Формування моделі корпоративної культури в діяльності вітчизняних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 27 (2). С. 9-16.
6. Кові С. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2012. 384 с.
7. Шефер Б. Шлях до фінансової свободи. Ваш перший мільйон за сім років / пер. з англ. Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. 344 с.
8. Якубів Р. Д. Класифікація персоналу підприємства: управлінський підхід. Інноваційна економіка. 2014. № 3 (52). С. 131–136.
9. Schreiter T. The Four Color Personalities For MLM: The Secret Language For Network Marketing. Fortune Network Publishing, 2014. 102 p.
10. Хилл Н. Думай и богатей / пер. с англ. 4-е изд. Мн.: ООО «Попурри», 2004. 384 с.
11. Рон Дж. Витамины для ума / пер. с англ. Н. Гринева. Киев: Колибри, 2004. 96 с.
12. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства. Економіка харчової промисловості. 2013. № 3 (19). С. 28–32.
13. Семененко В. М., Пишненко О. А. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування. Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4 (4–5). С. 73–77.
14. Апостолок О. З. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2016. № 2. С. 68–73. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2016-02-68-73>
15. Бала О. І., Мукан О. В., Бала Р. Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2010. № 682. С. 11–15.

16. Дмитренко М. Й. Методологічні засади дослідження корпоративної культури у соціально-філософському знанні. Гуманітарний часопис. 2011. № 1. С. 37–44.
17. Зеліч В. В. Роль та місце корпоративної культури та її вплив на розвиток підприємства. ПУ «Прийчорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»: електронний науково-практичний журнал. 2017. № 6. С. 21–25.
18. Козлов В. В. Корпоративна культура. М.: Альфа- прес, 2009. 422 с.

References

1. Corporate Culture. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-culture.asp>.
2. Pylypiv V. H., Volynets N. V. Korporatyvna kultura yak psikhologichnyi chynnyk uspishnoho rozvytku zakladiv restorannoho biznesu. Corporate culture as a psychological factor for successful development of restaurant business establishments. Zbirnyk naukovykh prats Khmelnytskoho instytutu sotsialnykh tekhnologii Universytetu "Ukraina". 2017. № 13. P. 63–66.
3. Chernyshova A. O., Nemchenko T. A. Deiaki aspekty korporatyvnoi kultury orhanizatsii. Some Aspects of Corporate Culture of the Organization. Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky: zb. nauk. pr. Kirovohrad: KNTU, 2010. Vol. 17. P. 328–330.
4. Korporatyvna etyka. URL: <http://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/CD039B50EA1/ACF46C2257E89002F0648?OpenDocument&Expand=4&%D1%96>.
5. Polianska A. S., Diuk O. M. Formuvannia modeli korporatyvnoi kultury v diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv. Formation of the Corporate Culture Model in the Activity of Domestic Enterprises. Prychornomorski ekonomichni studii. 2018. Vol. 27 (2). P. 9–16.
6. Kovi S. 7 zvychoh nadzvychaino efektyvnykh liudei. The 7 Habits of Highly Effective People. Kharkiv: Klub simeinoho dozvillia, 2012. 384 p.
7. Shefer B. Shliakh do finansovoi svobody. Bash pershyi milion za sim rokiv. The Road To Financial Freedom – Earn Your First Million in Seven Years / per. z anhl. Lviv: Vydavnytstvo Staroho Leva, 2018. 344 p.
8. Yakubiv R. D. Klasyfikatsiia personalu pidpriemstva: upravlinskyi pidkhid. Classification of enterprise staff: management approach. Innovatsiina ekonomika. 2014. № 3 (52). P. 131–136.
9. Schreiter T. The Four Color Personalities For MLM: The Secret Language For Network Marketing. Fortune Network Publishing, 2014. 102 p.
10. Khyll N. Dumai y bohatei! The Think and Grow Rich / per. s anhl. 4-e yzd. Mn.: OOO "Popurry", 2004. 384 p.
11. Ron Dzh. Vytamyny dlia uma. Vitamins For The Mind / per. s anhl. N. Hryneva. Kyev: Kolybry, 2004. 96 p.
12. Tarasova O. V. Korporatyvna kultura yak instrument efektyvnoho menedzhmentu pidpriemstva. Corporate culture as an instrument of effective enterprise management. Ekonomika kharchovoi promyslovosti. 2013. № 3 (19). P. 28–32.
13. Semenenko V. M., Pyshnenko O. A. Korporatyvna kultura yak element upravlinnia pidpriemstvom i yii formuvannia. Corporate culture as an element of enterprise management and its formation. Ekonomika: realii chasu. 2012. № 3–4 (4–5). P. 73–77.
14. Apostoliuk O. Z. Korporatyvna kultura yak instrument efektyvnoho menedzhmentu pidpriemstva v pidvyshchenni yoho konkurentospromozhnosti. Corporate culture as an instrument of effective management of an enterprise in increasing its competitiveness. Ekonomichni chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. 2016. № 2. P. 68–73. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2016-02-68-73>
15. Bala O. I., Mukan O. V., Bala R. D. Pryntsypy korporatyvnoi kultury pidpriemstv: sutnist ta vydy. Principles of corporate culture of enterprises: essence and types. Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. 2010. № 682. P. 11–15.
16. Dmytrenko M. Y. Metodolohichni zasady doslidzhennia korporatyvnoi kultury u sotsialno-filosofskomu znanni. Methodological foundations of the study of corporate culture in socio-philosophical knowledge. Humanitarnyi chasopys. 2011. № 1. P. 37–44.
17. Zelich V. V. Rol ta mistse korporatyvnoi kultury ta yii vplyv na rozvytok pidpriemstva. The role and place of corporate culture and its impact on enterprise development. PU "Prychornomorskyi nauково-doslidnyi instytut ekonomiky ta innovatsii": elektronnyi nauково-praktychnyi zhurnal. 2017. № 6. P. 21–25.
18. Kozlov V. V. Korporatyvna kultura. Corporate culture. M.: Alfa- pres, 2009. 422 p.

УДК 35. 351:69

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Олена Долгальова; Анна Виходцева

*Донбаська національна академія будівництва і архітектури,
Краматорськ, Україна*

Резюме. Розглянута корпоративна культура як інструмент управління в економічній моделі діяльності, що лежить в основі організації управління всіма чинниками виробництва (трудовими ресурсами, матеріалами, капіталом та інформацією). З'ясовано, що найуспішніше розвиваються компанії, що мають добре розвинену корпоративну культуру. Слабка корпоративна культура може стати джерелом глибокої кризи підприємницької структури. Розглянута сутність корпоративної культури, узагальнено погляди зарубіжних та вітчизняних учених, які присвятили свої роботи дослідженню цієї теми. З'ясовано як корпоративна культура може зіграти вирішальну роль у створенні конкурентної переваги. Проаналізовано роль корпоративної культури у створенні конкурентної переваги. Виявлено як корпоративна культура підвищує стійкість підприємства через надання їй більшої гнучкості. Визначено місце корпоративної культури на підприємстві ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод». Проаналізовано характер впливу корпоративної культури на прийняття управлінських рішень, кар'єру та соціалізацію. Розглянуто та проаналізовано джерела розвитку корпоративної культури, що забезпечують сталий розвиток підприємства. Сформульовано основні напрямки побудови корпоративної культури, спрямовані на забезпечення сталого розвитку підприємства ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод». З'ясовано, що корпоративна культура дає можливість грамотно та ефективно управляти організацією. Сильна корпоративна культура є необхідним атрибутом успішної компанії, оскільки вона об'єднує співробітників, які ототожнюють себе зі своєю організацією і прагнуть до досягнення єдиної мети спільними зусиллями. У такій компанії ключові корпоративні цінності поділяються усіма членами організації, домінуюча культура сильно впливає на поведінку співробітників, зникає необхідність у високій структуризації і формалізації діяльності компанії, знижується плинність кадрів. Підприємство функціонує й розвивається як складний організм, його життєвий потенціал, ефективність функціонування й виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій, чіткої організаційної побудови, відповідних систем управління, а й висококваліфікованих співробітників. Успіх підприємства визначається ще й міцною корпоративною культурою, особливим стилем керівництва, які сприяють досягненню й збереженню провідних позицій на ринку.

Ключові слова: культура, організаційна культура, корпоративна культура, організація, менеджер, сталий розвиток.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.183

Отримано 09.04.2020

UDC 35. 351:69

ENTERPRISE CORPORATE CULTURE FORMATION FOR ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT SUPPORT

Olena Dolgalova; Anna Vykhardtseva

*Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,
Kramatorsk, Ukraine*

Summary. The corporate culture is considered as a management tool in the economic activity model, which is the basis of the organization of management of all production factors (labor resources, materials, capital

and information). It clarified that companies with a well-developed corporate culture are the most successful. Weak corporate culture can become the source of deep crisis in the entrepreneurial structure. The essence of corporate culture is considered, the views of foreign and domestic scientists investigating this problem are generalized. It is explained how corporate culture can play a decisive role in creating competitive advantage. The role of corporate culture in creating competitive advantage is analyzed. It is revealed how corporate culture increases the enterprise stability by giving more flexibility to it. The place of corporate culture at PJSC «Novokramatorsky Machine-Building Plant» is determined. The character of the corporate culture influence on managerial decision-making, career and socialization is analyzed. The sources of corporate culture development providing the sustainable enterprise development are considered and analyzed. The main directions of corporate culture formation aimed at ensuring the sustainable development of PJSC «Novokramatorsky Machine-Building Plant» are formulated. It is determined that corporate culture makes it possible to manage the organization competently and effectively. The strong corporate culture is necessary component of successful company because it brings together employees identifying themselves with their organization and are eager to achieve the common goal by working together. In such company, the key corporate values are shared between all members of the organization, the dominant culture strongly influences the employees behavior, there is no need for high structuring and formalization of the company's activity, and staff turnover is reduced.

Key words: culture, organizational culture, corporate culture, organization, manager, sustainable development.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.183

Received 09.04.2020

Постановка проблеми. Важливою умовою ефективного розвитку вітчизняних організацій є пошук методів управлінського впливу на персонал. Одним із важливих інструментів такого впливу є формування та розвиток корпоративної культури, про що свідчать успіхи компаній різних країн світу, які декларують основні норми, засади, та правила корпоративної культури, визнаючи її провідним чинником розвитку та конкурентоспроможності. В нашій державі корпоративна культура найчастіше залишається поза увагою керівників підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині спостерігається стрімке зростання інтересу дослідників різних напрямів (науковців, а також практичних працівників) до теми корпоративної культури. Це пояснюється тим, що збільшилося розуміння впливу феномену командного духу на ефективність бізнесу. Саме корпоративна культура є тією «родзинкою», яка зумовлює відмінність між компаніями і приносить успіх у конкурентній боротьбі.

Ще в XIX ст. Г. Мольтке [1] ввів термін «корпоративна культура», що дозволив диференціювати це поняття з близькими за змістом категоріями («культура підприємництва», «організаційна культура», «ділова культура», «внутрішня культура компанії») і включити в нього нові сенси. З того часу дослідженню корпоративної культури присвятили свої роботи багато зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема: Р. Акофф [2], М. Бурці [3, с. 8], Т. Дейл [4], А. А. Кенеді [5], Л. Розенштіл [6, с. 68–72], Р. Рюттінгер [7, с. 91], С. Ханді [8, с. 4], Р. Хошфед [9], Мажура І. В. [10, с. 56], Кузьмін О. Є. [11, с. 46–47], Павлов В. І. [12, с. 361–363], Чухрай Н. І. [13, с. 287], Ландіна Т. В. [14, с. 288], Алексєєв І. В. [15, с. 32–35]. Аналіз досліджень і публікацій показує, що, незважаючи на значну кількість наукових публікацій, присвячених цій темі, поняття корпоративної культури є відносно новим, а його вплив на ефективність підприємства залишається недостатньо вивченим. Тому розкриття сутності та ролі корпоративної культури підприємства потребують подальшого ґрунтового дослідження.

Мета статті – дослідити теоретичні положення визначення сутності та ролі корпоративної культури підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: розкрити сутність корпоративної культури; проаналізувати роль

корпоративної культури у створенні конкурентної переваги; виявити як корпоративна культура підвищує стійкість підприємства через надання їй більшої гнучкості; визначити місце корпоративної культури на підприємстві ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» (ПАТ «НКМЗ»); зробити аналіз характеру впливу корпоративної культури на прийняття управлінських рішень, кар'єри та соціалізації; розкрити та проаналізувати джерела розвитку корпоративної культури, що забезпечують сталий розвиток підприємства та дати рекомендації щодо ефективного розвитку корпоративної культури.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез та узагальнення.

Виклад основного матеріалу. В даний час підприємства можуть отримати і підтримувати конкурентні переваги в умовах конкурентного середовища тільки протягом обмеженого періоду часу. Щоб мати можливість зробити це, підприємства повинні бути динамічними. Корпоративна культура відноситься до переконань і поведінки, які визначають, як співробітники і керівництво компанії взаємодіють і обробляють зовнішні бізнес-операції. Часто корпоративна культура не має чіткого визначення і згодом органічно розвивається з сукупних рис людей, яких наймає компанія. Культура компанії буде відображена в її дрес-кодів, робочих годинах, налаштування офісу, винагороди працівникам, плинності кадрів, рішеннях про наймання, поводженні з клієнтами, задоволеності клієнтів і у всіх інших аспектах діяльності [16, с. 77–83].

Усвідомлення корпоративної чи організаційної культури в бізнесі і інших організаціях, таких як університети, з'явилося в 1960-х роках. Термін «корпоративна культура» з'явився на початку 1980-х і став широко відомий до 1990-х років. Корпоративна культура використовувалася в ті періоди менеджерами, соціологами та іншими вченими для опису характеру компанії [17, с. 147]. У сучасній літературі міститься велика кількість визначень корпоративної культури, їх налічується більше 50 трактувань. Як і багато інших термінів, цей термін не має єдиного тлумачення, але найбільш повне з них належить американському психологу Едгару Шейну. Він характеризує її як «сукупність основних положень, сформованих самостійно, засвоєних або розроблених певною групою в міру того, як вона навчається вирішувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції – які виявилися достатньо ефективними, щоб вважатися цінними, а тому передаватися новим членам у ролі правильного способу сприйняття, мислення та ставлення до конкретних проблем» [18, с. 9].

Проте, різні автори сходяться на тому, що правильно сформована корпоративна культура (її ціннісна орієнтація, норма поведінки людей і їх очікування) це свого роду стратегічний інструмент, що дає змогу менеджерам усіх рівнів орієнтувати підрозділи організації, весь промислово-виробничий персонал на реалізацію основної місії підприємства, підвищувати його економічну і соціальну ініціативу, забезпечувати трудову віддачу виробничій справі трудового колективу, полегшувати культуру взаємин на робочих місцях.

Отже, на наш погляд, корпоративна культура – це загальний спосіб існування, мислення і дії в колективі скоординованих людей з взаємними очікуваннями.

Корпоративна культура може зіграти вирішальну роль у створенні конкурентної переваги. Суть сталого розвитку полягає в здатності обмежити поширення збоїв різної природи і відновити компанію. Компанія повинна швидко адаптуватися до зміни зовнішнього середовища: появи на ринку нових продуктів й компонентів, зняття з

виробництва старих, коливань ринкового попиту, маркетинговим атакам конкурентів, тенденцій розвитку ринку, збоїв у поставках сировини і матеріалів.

Корпоративна культура підвищує стійкість компанії через надання їй більшої гнучкості. Вона визначає образ дій, що дозволяє співробітникам швидко і адекватно реагувати на несподівані події. Вплив корпоративної культури на сталий розвиток компанії зображено нижче (рисунок 1).

Гнучкі компанії за допомогою декларованих цінностей, навчання і виховання в традиціях своєї культури прищеплюють співробітникам відповідальність і зацікавленість в досягненні цілей компанії. Для оперативної реакції компанії на зміну навколишнього оточення її інтереси повинні збігатися з інтересами співробітників.

Ще важливий мотивуючий момент містить у собі грамотно сформульована місія компанії. Якщо співробітник переконаний, що бізнес його компанії – це не просто комерційне підприємство, а й важлива для всього суспільства діяльність, він буде прагнути виконати свою роботу сумлінно.

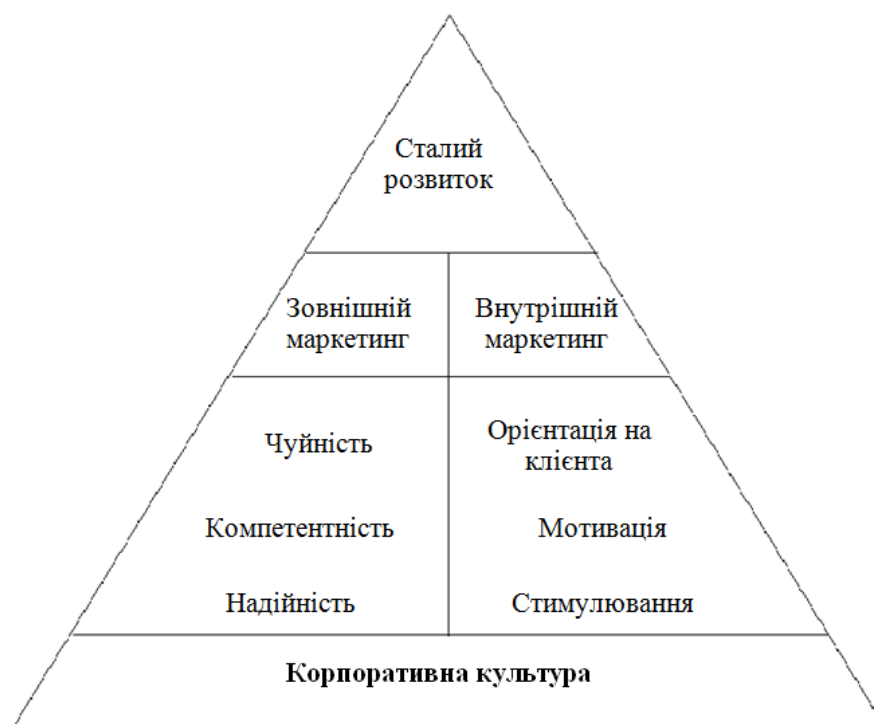


Рисунок 1. Корпоративна культура як фактор сталого розвитку [19]

Figure 1. Corporate culture as the factor of sustainable development [19]

У компаніях з гнучкою корпоративною культурою йде безперервний обмін інформацією. У разі виникнення проблемної ситуації ефективно організовані комунікації дозволяють співробітникам отримати уявлення про поточний стан системи. Це дає можливість своєчасно проаналізувати ситуацію і вжити оперативні та продумані кроки по відновленню стійкої роботи. З іншого боку, необхідно відзначити, що надто інтенсивні комунікації мають негативні наслідки. Співробітники перестають звертати увагу на зайву інформацію, якщо вона не відноситься до справи або якщо вони не володіють повноваженнями приймати відповідні дії. Інформація про методи роботи на

певних виробничих ділянках передається співробітникам у вигляді посадових інструкцій, стандартних робочих процедур і в процесі програм навчання. Якщо організація досить велика, співробітнику складно зрозуміти весь комплекс вироблених операцій. Щоб дати співробітникам максимально повне уявлення про компанії в цілому, у великих корпораціях їх переводять з однієї роботи на іншу. Свідомо здійснюється ротація робочих місць.

Для гнучких компаній характерні розподіл влади і делегування повноважень. У ситуаціях, що вимагають негайних дій, гнучкі компанії передбачають і заохочують ініціативу. Швидка реакція співробітників може запобігти поширенню проблемної ситуації. Спосіб мислення, орієнтований на швидкий результат, і стрімкі темпи роботи визначаються цілями подолання кризової ситуації. Після постановки мети формується команда, якій може бути надана широка свобода дій з пошуку шляхів досягнення мети. Орієнтація на кінцевий результат і швидке рішення проблем підкріплюються особистою відповідальністю співробітників.

Розглянемо детальніше роль корпоративної культури на прикладі підприємства ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» [20, с. 248]. ПАТ «НКМЗ» існує на ринку України вже більше 15 років. За цей час у компанії сформувався ряд значних переваг, до яких можна віднести:

- 1) досвід в організації персональних продажів;
- 2) високий рівень організації управлінського обліку;
- 3) налагоджена система постачання та збуту;
- 4) висококваліфікований персонал.

Завдяки дивізіонально-продуктовій структурі ПАТ «НКМЗ» досягає великих успіхів у виробництві і реалізації нової продукції, ніж фірми з іншими видами організаційних структур. Це відбувається тому, що в продуктовій структурі дуже чітко визначено хто відповідає за отримання прибутку: для неї характерний успішний контроль витрат і дотримання графіка відвантажень. Організації з такою структурою здатні також швидше, ніж фірми з функціональною структурою, реагувати на зміни умов конкуренції, технології і купівельного попиту.

Основним стратегічним завданням, що стоїть перед фахівцями заводу, є розроблення нових технологій, що дозволяють розширити виробничі можливості ПАТ «НКМЗ», забезпечуючи виготовлення інноваційної техніки й розширення ринків збуту. На підприємстві розроблена, впроваджена і сертифікована система якості, що охоплює весь життєвий цикл виробництва продукції. Функціонуюча на ПАТ «НКМЗ» система менеджменту якості охоплює всі вимоги міжнародного стандарту ISO 9001:2015. За результатами аудиту міжнародного органа по сертифікації TUV – Thuringen система менеджменту якості на підприємстві відповідає вимогам стандарту ISO 9001:2015. НКМЗ виданий міжнародний сертифікат TUV International Certification (TIC).

Вплив корпоративної культури ПАТ «НКМЗ» на виробничий і трудовий процеси має свою специфіку і охоплює як відносини людей у процесі своєї трудової діяльності і між собою, так, і культуру протікання технологічних процесів. Дані таблиці 1 яскраво засвідчують ключові моменти впливу корпоративної культури на виробничий і трудовий процеси.

Таблиця 1. Характер впливу корпоративної культури на прийняття управлінських рішень, кар'єру і соціалізацію

Table 1. The character of corporate culture influence on managerial decision-making, career and socialization

Процеси	Модель поведінки
Прийняття управлінських рішень	Стратегічні, тактичні, оперативні управлінські рішення. Корпоративна культура формує пріоритети колективного чи індивідуального прийняття рішень. Вона дає відповідь на запитання: чи приймаються рішення на основі об'єктивного аналізу, інтуїтивно, чи за механічною процедурою – неорганізовано. Корпоративна культура сприяє оптимальному делегуванню відповідальності і постановці управлінських задач. Вона впливає на процес делегування цілей і задач: директивно – з обґрунтуванням; частково-повністю; рівномірно-вибірково тощо. Корпоративна культура дає змогу етично оцінити цілі, які ставляться при ухваленні управлінських рішень, альтернативні варіанти рішень та засоби досягнення цілі, тобто вона зрівноважує мету і засоби, що дуже важливо з погляду соціально орієнтованого менеджменту. Корпоративна культура стимулює ступінь свободи та креативності персоналу підприємства за будь-яких умов. Корпоративна культура формує пріоритети інтересу підприємства та його місії в процесі ухвалення рішень, а також відповідність управлінського рішення прийнятим цінностям.
Кар'єрне зростання	Корпоративна культура формує вимоги до якості й ефективності праці та компенсації затрат праці завдяки тому, що знання, компетенція стають цінностями для підприємства. Корпоративна культура мотивує кар'єрне зростання персоналу та позитивне ставлення до кар'єри. Корпоративна культура формує ставлення до соціального статусу, посади, символів статусу, але без надмірної амбіційності. Вона забезпечує безперервний розвиток персоналу і прагнення кожного працівника до самовдосконалення.
Процес соціалізації (входження Індивіда в організацію і сприйняття ним її цінностей та норм поведінки)	Корпоративна культура прискорює соціалізацію індивіда завдяки культурній адаптації. Вона стимулює процес засвоєння індивідом системи знань, норм і цінностей, які дадуть йому змогу функціонувати як повноправний член суспільства.

Джерело: систематизовано на основі [21].

Отже, вплив корпоративної культури на загальну результативність діяльності організації складається із сукупності розглянутих вище напрямів. Загалом, процеси, структура, поведінка, рівень конкурентоспроможності організації формують загальну результативність її діяльності, тому твердження про те, що корпоративна культура впливає на всі характеристики результативності є абсолютно обґрунтованим.

З метою опанування нових напрямів діяльності, збільшення обсягів виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції на національному та міжнародному ринках, що дозволяє на рівних конкурувати з провідними світовими виробниками, підвищення престижу й іміджу підприємства, захисту навколишнього середовища на ПАТ «НКМЗ» проводиться контроль якості продукції, налагодження високоефективного менеджменту та проведення аудитів.

Важливим елементом гнучкої корпоративної культури є підготовка до можливих кризових ситуацій. Компанія аналізує регулярно виникаючі «дрібні неприємності». Це допоможе їй прогнозувати великі збої і розробити ефективну програму по відновленню стійкості в разі кризової ситуації. Деякі компанії спеціально «моделюють» можливі кризові ситуації, щоб підготувати і відпрацювати дії у відповідь і підвищити стійкість компанії [22, с. 49–50].

Резюмуючи сказане, можна сформулювати основні напрямки побудови корпоративної культури, спрямовані на забезпечення сталого розвитку підприємства ПАТ «НКМЗ»:

- 1) створення такої системи найму, навчання і стимулювання персоналу, при якій співробітники поділяють цілі організації й мотивовані на їх досягнення;
- 2) постійне підвищення професійного рівня керівників вищої та середньої ланки, а також інших співробітників;
- 3) організація безперервного обміну інформацією між працівниками для формування уявлення про поточний стан компанії і зміну ситуації в режимі реального часу;
- 4) розподіл влади та делегування співробітникам повноважень, необхідних для оперативного і адекватного подолання проблемної ситуації;
- 5) поєднання командної роботи з особистою відповідальністю працівника за досягнення поставлених цілей;
- 6) постійний аналіз поточної ситуації та розроблення програми швидкого реагування на кризову ситуацію.

Оскільки корпоративна культура є одним з важливіших чинників сталого розвитку компанії, її необхідно враховувати в процесі стратегічного аналізу стану підприємства та стратегічного управління соціально-економічною стійкістю. Для організації ефективної системи управління сталим розвитком компанії необхідно розробити специфічну модель оцінювання соціально-економічної стійкості. Така модель дозволяє:

- 1) представити компанію як багатоцільовий об'єкт, тобто розглянути траєкторію розвитку компанії в часі з урахуванням всіх складових (маркетингової, виробничої, фінансової, організаційної, соціальної та інноваційної);
- 2) забезпечити контроль діяльності компанії і виявляти чинники, що знижують стійкість;
- 3) оптимізувати поєднання окремих складових розвитку компанії з метою підвищення економічної стійкості та ефективності.

Для формування системи оцінювання сталого розвитку компанії необхідно сформулювати її стратегічні цілі та показники їх досягнення. Потім слід задати бажаний (ідеальний) стан з допомогою нормативних значень показників. Різниця між нормативними і фактичними значеннями показників відображає ключові проблеми сталого розвитку та показує напрямки коригувальних впливів. Включення корпоративної культури в систему стратегічних цілей сталого розвитку починається з визначення зацікавлених сторін у діяльності компанії (стейкхолдерів) і їх інтересів. Стейкхолдери відображають собою групи, що впливають на компанію або перебувають під її впливом.

Між компанією та стейкхолдерами відбувається постійний обмін ресурсами. У цьому процесі рідко виникає повна симетрія. Стейкхолдери роблять сильний вплив на компанію, оскільки вони визначають, чи отримає вона конкретний ресурс і яким чином вона зможе його використовувати. Після визначення інтересів основних груп стейкхолдерів компанії необхідно вибрати індикатори, що дозволяють встановити, чи досягла компанія цільових показників, тобто чи задоволені інтереси кожної групи. Набір даних індикаторів індивідуальний для кожної компанії. Управління підтримкою стейкхолдерів і створення конкурентних переваг визначаються ключовими компетенціями компанії та конкретними умовами середовища. Отже, налагодження ефективної співпраці зі стейкхолдерами сприятиме визначенню пріоритетних напрямів розвитку бізнес-організації та забезпечення її конкурентоспроможності.

Отже, для збереження стійкості свого становища підприємства повинні

використовувати гнучкі стратегії ведення бізнесу, а конкурентоспроможність і стійкість компанії визначає людський фактор, що включає в себе високий професіоналізм, відповідальне ставлення до справи, розуміння й прийняття місії та цілей підприємства серед його персоналу. Всі ці якості виховуються відповідною корпоративною культурою [23].

Висновки. Сильна корпоративна культура є необхідним атрибутом успішної компанії, оскільки вона об'єднує співробітників, які ототожнюють себе зі своєю організацією і прагнуть до досягнення єдиної мети спільними зусиллями. У такій компанії ключові корпоративні цінності поділяються усіма членами організації, домінуюча культура сильно впливає на поведінку співробітників, зникає необхідність у високій структуризації і формалізації діяльності компанії, знижується плинність кадрів. Багато з означених завдань дозволяють реалізувати цільові установки розвитку корпоративної культури, одночасно забезпечуючи реалізацію економічних, виробничих, маркетингових та інноваційних цілей сталого розвитку.

Conclusions. The strong corporate culture is necessary component of successful company because it brings together employees identifying themselves with their organization and are eager to achieve the common goal by working together. In such company, the key corporate values are shared between all members of the organization, the dominant culture strongly influences the employees behavior, there is no need for high structuring and formalization of the company's activity, and staff turnover is reduced. Thus, many of the formulated tasks make it possible to realize the corporate culture development targets at the same time ensuring economic, production, marketing and innovation goals of sustainable development.

Список використаної літератури

1. Корпоративна культура. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0 (дата звернення 31.03.2020).
2. Корпоративна культура як компонент інноваційної культури студента педагогічного вузу. URL: http://ua-referat.com/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D1%8F%D0%BA_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%82_%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D1%83%D0%B7%D1%83 (дата звернення: 31.03.2020).
3. Замковий О. І. Фінансова корпоративна культура. Методичні рекомендації для самостійної підготовки до практичних занять з дисципліни бакалаврів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Дніпро: НТУ «ДП», 2018. 114 с.
4. Методичні основи оцінки впливу корпоративної культури на діяльність організації. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=635> (дата звернення: 31.03.2020).
5. Корпоративна культура та її роль у стійкості підприємницьких структур. URL: <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2010/txt/Nebava.php> (дата звернення: 18.03.2020).
6. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності: матеріали наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 2016.). Луцьк, 2016. С. 68–72.
7. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04. «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права». Херсон, 2019.
8. Філь В. О. Корпоративна культура в розвитку системи управління персоналом підприємства (організації); автореф. ... маг. роб-та: 051-Економіка / Терн. нац. екон. ун. Тернопіль, 2018.
9. Поняття і сутність корпоративної культури. URL: https://pidruchniki.com/1365060652454/menedzhment/korporativna_kultura (дата звернення: 31.03.2020).
10. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. 2019. Вип. 69. С. 278.

11. Конкурентні стратегії розвитку України в глобальній економіці: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (26 квітня 2018 р.). К.: УВОІ «Допомога» УСІ», 2018. 156 с.
12. Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених: тези доповідей (м. Львів, 24 січня 2019 р.). Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2019. 376 с.
13. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця»: тези доповідей (м. Харків, 30–31 травня 2019 р.). Х.: ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2019. 446 с.
14. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 805 с.
15. Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць / редакц. кол.: Куцик П. О., Апопій В. В., Семак Б. Б. та ін. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2016. Вип. 20. 134 с.
16. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О. Г. Янкового. Одеса, Атлант, 2017. 514 с.
17. Краснокутська Н. С., Нащекіна О. М., Замула О. В. та ін. Менеджмент: навчальний посібник. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
18. Дячишин Л. М. Корпоративна культура ТНЕУ, магістерська робота. Терн. нац. економ. унів. України. Тернопіль, 2017. 103 с.
19. Цілі сталого розвитку та їх адаптація для України. URL: <http://www.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/> (дата звернення: 18.03.2020).
20. Колот А. М., Швиданенко Г. О. та ін. Створення власного бізнесу: навч. посібник. К.: ХНЕУ, 2017. 311 с.
21. Вплив корпоративної культури на діяльність організації. URL: <http://nebotan.info/corporative/influence.php> (дата звернення: 18.03.2020).
22. Юність науки – 2016: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених у 7 ч. / Черніг. нац. технол. ун-т. (м. Чернігів, 18–19 травня 2016 р.). Чернігів: 2016, Ч. 4: 252 с.
23. Корпоративна культура як ресурс. URL: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=2429&chapter=1> (дата звернення: 18.03.2020).

References

1. Korporatyvna kultura. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0 (data zvernennia: 03.31.2020).
2. Korporatyvna kultura yak komponent innovatsiinoi kultury studenta pedahohichnoho vuzu. URL: http://ua-referat.com/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D1%8F%D0%BA_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%82_%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D1%83%D0%B7%D1%83 (data zvernennia: 03.31.2020).
3. Zamkovyi O. I. Finansova korporatyvna kultura. Metodichni rekomendatsii dlia samostiinoi pidhotovky do praktychnykh zaniat z dystsypliny bakalavriv spetsialnosti 072 “Finansy, bankivska sprava ta strakhuvannia”. Dnipro: NTU “DP”, 2018. 114 p.
4. Metodichni osnovy otsinky vplyvu korporatynoi kultury na diialnist orhanizatsii. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=635> (data zvernennia: 31.03.2020).
5. Korporatyvna kultura ta yii rol u stiikosti pidpriemnytskykh struktur. URL: <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2010/txt/Nebava.php> (data zvernennia: 18.03.2020).
6. Apostoliuk O. Korporatyvna kultura yak instrument efektyvnogo menedzhmentu pidpriemstva v pidvyshchenni yoho konkurentospromozhnosti: materialy nauk.-prakt. konf. (m. Lutsk, 2016.). Lutsk, 2016. P. 68–72.
7. Dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia doktora ekonomichnykh nauk za spetsialnistiu 08.00.04. “ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)”. PVNZ “Mizhnarodnyi universytet biznesu i prava”. Kherson, 2019.
8. Fil V. O. Korporatyvna kultura v rozvytku systemy upravlinnia personalom pidpriemstva (orhanizatsii): avtoref. ... mah. rob-ta: 051-Ekonomika / Tern. nats. ekon. un. Ternopil, 2018.

9. Poniattia i sutnist korporatyvnoi kultury. URL: https://pidruchniki.com/1365060652454/menedzhment/korporativna_kultura (data zvernennia: 31.03.2020).
10. Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva "VATRA" Vinnytskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU. 2019. Vyp. 69. P. 278.
11. Konkurentni stratehii rozvytku Ukrainy v hlobalnii ekonomitsi: materialy I Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii (26 kvitnia 2018 r.). K.: UVOI "Dopomoha" USI", 2018. 156 p.
12. Problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky Ukrainy v umovakh yevrointehratsii: materialy Vseukrainskoi nauk.-prakt. konf. zdobuvachiv vyshchoi osvity i molodykh uchenykh: tezy dopovidei (m. Lviv, 24 sichnia 2019 r.). Lviv: Lvivskyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 2019. 376 p.
13. Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii "Ekonomichnyi rozvytok i spadshchyna Semena Kuznetsia": tezy dopovidei (Kharkiv, 30–31 travnia 2019 r.). Kh.: KhNEU imeni Semena Kuznetsia, 2019. 446 p.
14. Menedzhment XXI stolittia: suchasni modeli, stratehii, tekhnolohii. Vinnytsia: Tsentr pidhotovky naukovykh ta navchalno-metodychnykh vydan VTEI KNTEU, 2015. 805 p.
15. Pidpriemnytstvo i torhivlia: zbirnyk naukovykh prats / redakts. kol.: Kutsyk P. O., Apopii V. V., Semak B. B. ta in. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, 2016. Vyp. 20. 134 p.
16. Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv: monohrafiia / za zahalnoi redaktsiieiu profesora O. H. Yankovoho. Odesa: Atlant, 2017. 514 p.
17. Krasnokutska N. S., Nashchekina O. M., Zamula O. V. ta in. Menedzhment: navchalnyi posibnyk. Kharkiv: "Drukarnia Madryd", 2019. 231 p.
18. Diachyshyn L. M. Korporatyvna kultura TNEU, mahisterska robota. Tern.nats. ekonom. univ. Ukrainy. Ternopil, 2017. 103 p.
19. Tsili staloho rozvytku ta yikh adaptatsiia dlia Ukrainy. URL: <http://www.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/>. (data zvernennia: 18.03.2020).
20. Stvorennia vlasnoho biznesu: navch. posibnyk/ K.: KNEU, 2017. 311 s.
21. Kolot A. M., Shvydanenko H. O., ta in. Vplyv korporatyvnoi kultury na diialnist orhanizatsii. URL: <http://nebotan.info/corporative/influence.php> (data zvernennia: 18.03.2020).
22. Yunist nauky – 2016: sotsialno-ekonomichni ta humanitarni aspekty rozvytku suspilstva: zbirnyk tez Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv i molodykh vchenykh, u 7 ch. (m. Chernihiv, 18–19 travnia 2016 r.): Chernihiv: Chernih. nats. tekhnol. un-t, 2016. Ch. 4. 252 p.
23. Korporatyvna kultura yak resurs. URL: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=2429&chapter=1> (data zvernennia: 18.03.2020).

УДК 658.3

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОЛЕКТИВУ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Марина Єщенко; Ангеліна Гречко

*Донбаська національна академія будівництва і архітектури,
Краматорськ, Україна*

Резюме. Досліджено сутність формування колективу на основі сучасних технологій. Вивчено головну загрозу стабільності персоналу організації – плинність кадрів. Це є цілком природне явище для підприємств. Однак, її надмірно високий рівень негативно впливає на діяльність організації, особливо якщо її залишають висококваліфіковані співробітники і на зміну їм доводиться наймати багато нових неперевічених кадрів. У такому випадку і виникає загроза стабільності трудового колективу. Розглянуто актуальність командного менеджменту як однієї з інноваційних технологій стабілізації трудових колективів. Самим ефективним методом створення команд і розвитку командної роботи визнається тимбилдинг. Його відмінною рисою є можливість універсального застосування, так як тимбилдинг можна використовувати не тільки для побудови проектних (учасники проектної команди), управлінських (топ-менеджери, лінійні керівники) або робочих команд (співробітники підрозділу, відділу), а й для побудови метакоманди (всі співробітники організації), яка охоплює всю організаційну структуру компанії. Вивчено дуже важливий та актуальний упродовж останніх років груповий феномен в організаціях – команди. Команди стають все популярними в результаті розвитку інформаційних технологій, а також підвищеної уваги до систем комплексного управління якістю і процесами організаційного навчання. Ці тенденції в організаційному розвитку призвели до зміцнення акценту з поведінки окремих менеджерів та працівників на діяльність багатофункціональних управлінських команд і робочих груп, сконцентрованих на комплексних проблемах і задачах. Досліджено необхідність впровадження максимально ефективних способів, методів та інструментів впливу на рівень стабільності персоналу організації.

Ключові слова: команда, командний менеджмент, коучинг, персонал, стабільність персоналу, тимскліс, тимспріт, тимбилдинг, управління персоналом.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.193

Отримано 06.04.2020

UDC 658.3

MODERN TECHNOLOGIES FOR TEAM BUILDING AND STAFF DEVELOPMENT IN THE ORGANIZATION

Maryna Yeshchenko; Anhelina Hrechko

*Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,
Kramatorsk, Ukraine*

Summary. The essence of formation of team creation on the basis of modern technologies is investigated in the paper. The main threat to the organization personnel stability – staff turnover is investigated. Within acceptable parameters, staff turnover is a natural phenomenon for businesses. However, its excessively high level has negative effect on the organization activities especially if its highly qualified employees leave the company, and instead of them many new unpracticed employees are to be employed. In this case, there is a real threat to the

stability. The importance of team management, as one of the innovative technologies of personnel stabilization is considered. Team building is determined as the most effective method of team creation and team work development. Its distinguishing feature is the possibility of universal application, as team building can be used not only for the construction of project (project team members), management (top managers, line managers) or work teams (employees of the subdepartment, department), but also for building metateams (all organization employees), which, in turn, covers the entire organizational structure of the company. The group phenomenon in organizations, i. e., teams, is investigated as it very important and relevant in recent years. Teams are becoming increasingly popular as a result of the information technologies development as well as increased attention to integrated quality management systems and organizational training processes. These trends in organizational development resulted in the focus shift from the behavior of individual managers and employees to the activities of multifunctional management teams and working groups concentrated on the complex problems and tasks. The need of introduction of the most effective ways, methods and tools influencing the organization personnel stability level is investigated.

Key words: team, team management, coaching, staff, personnel stability, team building, teamskills, teamspirit, personnel management.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.193

Received 06.04.2020

Постановка проблеми. Успішна діяльність підприємств в умовах жорсткої ринкової конкуренції залежить від творчої активності працівників. Аналіз діяльності багатьох підприємств і накопичений досвід їх роботи з персоналом вказує на те, що формування трудового колективу, а також забезпеченість високої якості кадрів виступає одним з вирішальних факторів результативної й ефективної діяльності сучасного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній теорії нагромаджено значний і цінний досвід у питаннях формування та розвитку персоналу. Зокрема ці проблеми відображені у працях таких вітчизняних вчених, як Г. Абалкін, І. Бланк, М. Білик, І. Белов, А. Гастєв, М. Герасимчук, В. Геєць, Б. Кваснюк, І. Комаров, І. Карпунь, Д. Карпунь, Ю. Кокін, Є. Крикавський, О. Кузьмін, Т. Кулініч, Ф. Леонова, І. Лукінов, І. Радіонова, Й. Петрович, П. Саврук, А. Черкасов.

Метою дослідження є розгляд важливих аспектів розвитку персоналу, які є визначальними з токи зору ефективного управління людськими ресурсами, людським капіталом. Саме від кваліфікації, навичок та потенціалу розвитку персоналу залежить рівень конкурентоспроможності підприємств.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: розкрити сутність застосування командного менеджменту; визначити особливу роль керівництва; розкрити методи командування в процесі стабілізації персоналу.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Сучасні керівники підприємств відчують особливу потребу в побудові систем управління, здатних швидко реагувати на зміни факторів динамічного зовнішнього і внутрішнього середовища, а це не є можливим без ефективного управління персоналом, який, безсумнівно, є стратегічно важливим та унікальним ресурсом організації, що забезпечує успішне функціонування, конкурентне процвітання і позитивний імідж компанії.

У зв'язку з цим виникає пряма необхідність впровадження максимально ефективних способів, методів та інструментів впливу на персонал. Подібні технології повинні забезпечити, по-перше, повне розкриття трудового потенціалу, реалізацію

професійних якостей і досягнення високих результатів кожного співробітника, а по-друге – єдність поглядів та дій співробітників, згуртованість та відданість організації, націленість на досягнення особистих й організаційних цілей. Іншими словами, ефективність діяльності сучасної організації може забезпечити стабільний і високорезультативний кадровий склад. Головною загрозою стабільності персоналу організації є плинність кадрів. У прийнятні параметри плинність кадрів цілком природне явище для підприємств. Однак її надмірно високий рівень негативно впливає на діяльність організації, особливо якщо її залишають висококваліфіковані співробітники, і на зміну їм доводиться наймати багато нових неперевічених кадрів. У такому випадку і виникає загроза стабільності трудового колективу. В такому випадку особливої актуальності набуває застосування командного менеджменту, як однієї з інноваційних технологій стабілізації трудових колективів.

Упродовж останніх років команди розглядаються як важливий груповий феномен в організаціях. Команди стають все більш популярними в результаті розвитку інформаційних технологій, а також підвищеної уваги до систем комплексного управління якістю і процесами організаційного навчання. Ці тенденції в організаційному розвитку призвели до зміщення акценту з поведінки окремих менеджерів та працівників на діяльність багатофункціональних управлінських команд й робочих груп, сконцентрованих на комплексних проблемах і задачах. Слід зазначити, що команда – це група з двох або більше осіб, які регулярно взаємодіють та координують свою роботу для досягнення спільної мети. Звичайно, формування команди є досить неоднозначний і трудомісткий процес, але дає він істотні переваги в підвищенні рівня стабільності трудового колективу.

По-перше, формування команди передбачає залучення співробітників до процесу управління організацією за допомогою самоорганізації і самоврядування, співпраці й взаємного контролю, взаємодопомоги та взаємозамінності, що дозволяє забезпечити ясність спільних цінностей та цілей, колективну відповідальність, згуртованість й колегіальність відносин всередині трудового колективу.

По-друге, колегіальні відносини, згуртованість членів команди підвищують продуктивність праці, а, отже, підвищується ефективність діяльності організації в цілому.

По-третє, за допомогою командної роботи забезпечується підвищення рівня професіоналізму і кваліфікації, особистісний ріст кожного члена команди, за рахунок того, що від учасників вимагається використання безлічі трудових навичок, а не тільки вміння виконувати одну або дві функції.

По-четверте, члени команди почуваються «однією сім'єю», вони віддані цілям фірми, які вони самі і допомогли визначити.

Нині існують різні методи командопостроєння, проте самим ефективним методом створення команд і розвитку командної роботи визнається тимбилдинг. Його відмінною рисою є можливість універсального застосування, так як тимбилдинг можна використовувати не тільки для побудови проектних (учасники проектної команди), управлінських (топ-менеджери, лінійні керівники) або робочих команд (співробітники підрозділу, відділу), а й для побудови метакоманди (всі співробітники організації), яка, в свою чергу, охоплює всю організаційну структуру компанії.

В час, коли інформаційно-комунікаційні технології використовуються і в повсякденному житті, і на робочому місці, керівництво повинно також підвищувати

цифрову компетенцію своїх працівників, за допомогою сучасних програмних забезпечень. Для спрощення організації командної роботи на підприємстві сучасні керівники використовують можливості інформаційно-комунікаційних технологій, наприклад Microsoft Teams.

Microsoft Teams – це абсолютно новий тип робочого простору, який допомагає керівникові та працівникам ще ефективніше справлятися із зазначеними завданнями. У Microsoft Teams керівник може встановити зв'язок з потрібними людьми, почати бесіду або знайти необхідні інструменти і контент. Ця служба легко інтегрується з відомими додатками Office і спеціально розроблена для використання в глобальній безпечній хмарі Office 365.

Корпорація Microsoft віддана місії допомагати людям і організаціям у досягненні самих амбітних цілей, і максимальна продуктивність в хмарі й на мобільних пристроях украй важлива для розкриття цього потенціалу.

Щоб підтримувати необхідні інформаційні потоки, робочі групи стали гнучкішими, а організаційні структури плоскішими. За допомогою Microsoft Teams створено відкритіше цифрове середовище в якому інтегровані результати роботи видно і доступно усій групі, при цьому кожен її учасник постійно ознайомлений з тим, що відбувається.

Завдяки тому, що можливості Microsoft Teams надають робочим групам сучасний розмовний інтерфейс з функцією угруповання повідомлень, це допомагає стежити за бесідами онлайн. Керівник за необхідності може створювати і приватні бесіди.

Отже, на цій платформі велика увага приділена можливостям адаптації робочих просторів до унікальних вимог, реалізувавши великі можливості розширення і відкриті API. Наприклад, вкладки надають швидкий доступ до часто використовуваних документів і хмарних служб, що є дуже важливою і необхідною функцією при проведенні нарад, зборів і конференцій.

У короткому оксфордському словнику слово *coaching* визначається як «наставляти, тренувати, надихати». Коучинг у роботі організації являє собою беззупинний процес співробітництва менеджера і службовця (консультанта й бізнесмена), що сприяє успішній діяльності компанії. Як особистий тренер, коуч допомагає зважувати альтернативи і ресурси, готувати план дій, супроводжувати співробітника у процесі реалізації плану. Співробітник разом з ним зможе безперервно аналізувати ситуацію, відслідковувати, які стратегії використовувалися, яким чином вони приведуть до бажаного результату, а які з них заважатимуть досягненню встановлених цілей. Співробітник зможе інакше оцінити своє відношення до того, що відбувається, з огляду на ті чинники, які часто залишаються поза його увагою.

Участь коуча в нарадах і окремих роботах з групою може значно оптимізувати процес роботи і сприяти:

- створенню загального бачення перспектив, постановці цілей і виробленню стратегій;
- знаходженню консенсусу в дискусійних й конфліктних питаннях і ситуаціях;
- більш відкритому і зацікавленому обговоренню планів роботи усіма учасниками;
- більш зваженому й об'єктивному прийняттю рішень; проведенню креативних процесів і розробленні ідей.

Особлива роль керівництва полягає також у налагодженні контактів між усіма учасниками команди, щоб вона могла існувати і працювати самостійно. Для цього слід налагодити правильну і двосторонню комунікацію між членами команди і керівниками. Керівництво повинно координувати професійне зростання кожного учасника команди, зокрема за допомогою своєчасної внутрішньокмандної зміни ролей. Усе це є необхідними умовами для побудови висококваліфікованої і гнучкої команди, здатної своєчасно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.

На першій стадії тимскіліс передбачає формування і розвиток у співробітників організації навичок командної роботи, які є фундаментом для впровадження командного менеджменту. До них відносяться:

- гармонізація спільної мети організації з особистими цілями персоналу;
- націленість всієї команди на кінцевий результат;
- прийняття відповідальності за результат команди;
- ситуаційний підхід до управління і лідерства, гнучка зміна стилю управління відповідно до особливостей завдань, що стоять перед командою;
- конструктивну взаємодію і самоврядування всіх учасників команди;
- прийняття єдиного командного рішення і узгодження його з членами команди.

На другій стадії тимспіріту необхідно зосередити зусилля на формуванні командного духу, що передбачає систематичну роботу по підтримці і зміцненню колегіальних взаємовідносин, згуртованості та довіри між учасниками команди. Цей комплекс заходів спрямований:

- на посилення сталого почуття «ми»;
- на створення мотивації спільної діяльності, заснованої на взаємній довірі членів команди;
- на розуміння і прийняття індивідуальних особливостей один одного;
- на підвищення неформального авторитету керівництва організації;
- на розвиток лояльності та прихильності учасників команди цілям організації.

Слід розуміти, що тимспіріт – це не тільки корпоративні свята. це, перш за все, вибудовування партнерських ділових і особистісних відносин між усіма членами команди. Тимспіріт, в першу чергу, спрямований на формування емоційної зв'язки між співробітниками організації, яка згодом стане основою взаємодопомоги і взаєморозуміння. Створення команд не обмежується цими діями. Однак, саме командний менеджмент допомагає стабілізувати трудовий колектив, розвивати потенціал кожного співробітника.

Висновки. З урахуванням зазначених переваг командного менеджменту можна стверджувати, що він стає основою сучасних технологій, здатний забезпечити корисний економічний і соціальний ефект у підтримці динамічної стабільності персоналу організації. Безумовно, при побудові команди, необхідно враховувати особливості самої організації, її цілі, місію, стратегію розвитку, масштаб і специфіку діяльності. І не менш важливо пам'ятати про особливу роль керівника в процесі командоутворення.

Conclusions. Thus, considering the above mentioned team management advantages, we can state that it becomes the basis of modern technologies making it possible to provide useful economic and social effect in maintaining the dynamic stability of the organization personnel. Definitely, while building a team, it is necessary to take into account the peculiarities of the

organization itself, its goals, mission, development strategy, scale and specificity of activity. And it is equally important to remember the special role of the leader in the team building process.

Список використаної літератури

1. Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Шкапова О. М. Управління персоналом: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 504 с.
2. Журавлев П. В. Мировой опыт в управлении персоналом. Обзор зарубежных источников. URL: <http://www.kadry.org.ua/articles/show/18.html> (дата звернення: 26.03.2020).
3. Мурашко М. І. Менеджмент персоналу: навчально-практичний посібник. Київ: Т-во «Знання», КОО, 2002. 311 с.
4. Гавриш О. А., Довгань Л. Є., Крейдич І. М., Семенченко Н. В. Технології управління персоналом: монографія. Київ: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. 528 с.
5. Третьяченко В. В., Гончаров В. М., Коломійцев О. А. Управлінські команди: технології підготовки. Луганськ: Світлиця, 2005. 255 с.
6. Черкасов А. В. Інноваційна роль мотивації в системі управління персоналом. Вісник НУ «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». 2008. № 628. С. 692–695.

References

1. Vinogradsky M. D., Belyaeva S. V., Shkapova O. M. Personnel management: a textbook. Kyiv: Center for Educational Literature, 2006. 504 p.
2. Zhuravlev P. V. Worldwide experience in HR management. Review of foreign sources. URL: <http://www.kadry.org.ua/articles/show/18.html> (accessed: 26.03.2020).
3. Murashko M. I. Staff Management: A Practical Guide. Kiev: Knowledge Complex, KOO, 2002. 311 p.
4. Havrysh O. A., Dovgan L. E., Kreydych I. M., Semenchenko N. V. Technologies of personnel management: monograph. 2017. 528 p.
5. Tretyachenko V. V., Goncharov V. M., Kolomiytsev O. A. Management commands: technologies of preparation. Lugansk: Svitlytsia, 2005. 255 p.
6. Cherkasov A. V. The Innovative Role of Motivation in the Personnel Management System. Bulletin of NU "Lviv Polytechnic" "Problems of Economics and Management". 2008. No. 628. P. 692–695.

УДК 352.93

**ДЕРЖАВНЕ ТА ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В УМОВАХ
ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
(ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ
ТА СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ)**

Тетяна Кузь; Людмила Малюта; Галина Островська

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Резюме. Проводиться аналіз співпраці держави та сервісного бізнесу у царині розвитку інфраструктури та сервісного обслуговування, як умова адміністративно-територіальної реформи, так і добровільного об'єднання територіальних громад зокрема. Визначається місце та роль органів місцевого самоврядування в процесі децентралізації державно-управлінських послуг. Запропоновано визначення поняття «державно-приватне партнерство». Визначено комплекс невирішених проблем, що впливають на завершення формування дієвої інституційної територіальної системи, здатної забезпечувати ефективну взаємодію держави та бізнесу, в основі якої знаходяться чітко встановлені правила та норми їх саморегуляції. Визначено найважливіші фактори для налагодження партнерських відносин між державою та бізнесом. Зазначено, що основою відносин держави та бізнесу є визнання рівноправності та незалежності кожного з учасників. Наголошується на важливості висвітлення діяльності та роль громадських і державних управлінських структур у формуванні державної політики та розвитку місцевого демократичного самоврядування. Досліджено сучасний стан готельно-ресторанної сфери в Україні. Визначено проблеми з якими стикається сьогодні розвиток інфраструктури сервісного обслуговування, готельно-ресторанна індустрія та вирішення даних проблем за допомогою організації співпраці державних органів і бізнесу. Зазначено, що головним завданням сьогодення є діагностика інфраструктури та сервісного обслуговування, готельно-ресторанної індустрії, визначення основних напрямків її розвитку, що дозволяє підприємцям відкривати нові можливості для заснування бізнесу у найзатребуваніших та перспективних сегментних нішах, які зможуть стимулювати розвиток готельно-ресторанної сфери в Україні. Запропоновано алгоритм взаємодії державно-приватного партнерства в умовах добровільного об'єднання територіальних громад, в якому виділено, що метою співпраці держави та сервісного бізнесу є підвищення добробуту суспільства та зростання доходів на прибуток.

Ключові слова: Адміністративно-територіальна реформа, територіальні громади, інфраструктура, держава, бізнес, готельно-ресторанна індустрія.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.199

Отримано 09.04.2020

UDC 352.93

**PUBLIC AND PRIVATE PARTNERSHIP UNDER JOINED
TERRITORIAL COMMUNITY CONDITIONS (INFRASTRUCTURE
DEVELOPMENT AND SERVICE ORGANIZATION)**

Tetiana Kuz; Liudmyla Maliuta; Galyna Ostrovska

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. The cooperation of the state and service business in the sphere of infrastructure development and service as the condition of administrative-territorial reform, as well as voluntary

association of territorial communities in particular are analysed in this paper. The place and role of local self-government bodies in the process of public administration services decentralization are determined. The definition of the "public-private partnership" concept is proposed. The complex of unresolved problems influencing the completion of the formation of effective institutional territorial system capable to ensure the effective state and business interaction, based on distinctly established rules and standards of their self-regulation, is determined. The most important factors for establishing partnerships between the state and business are identified. It is noted that the recognition of equality and independence of each participant is the basis of relations between the state and business. The importance of highlighting the activities and role of public and state management structures in the state policy formation and local democratic self-government development is emphasized. The current state of the hotel and restaurant industry in Ukraine is investigated. The problems faced by the service infrastructure development, the hotel and restaurant industry and the solution of these problems by means of cooperation between government agencies and business are identified. It is stated that the main task of our time is to diagnose the infrastructure, services, hotel and restaurant industry and identify the main directions of their development, making it possible for entrepreneurs to open new business opportunities for business setting in the most required and promising segments that can stimulate the development of hotel and restaurant industry in Ukraine. The algorithm of public-private partnership interaction under the conditions of voluntary territorial communities association where it is stated that the purpose of cooperation between the state and the service business is to increase the society well-being and increase of income taxes is proposed.

Key words: Administrative-territorial reform, territorial communities, infrastructure, state, business, hotel and restaurant industry.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.199

Received 09.04.2020

Постановка проблеми. Нині сучасними тенденціями та інтенсивністю розвитку суспільства створюються нові передумови для налагодження взаємодії між різними групами, в яких конструктивний діалог і взаєморозуміння приходять на зміну конкуренції. Одним з основних підходів у діяльності інституцій на шляху досягнення спільних цілей, запорукою важливих змін в умовах об'єднання територіальних громад і суспільстві загалом, стає саме налагодження партнерських відносин.

Співпраця для досягнення конкретної мети, вирішення поставлених завдань чи тривале партнерство передбачають об'єднання й координацію зусиль, ресурсів, рівність участі кожної із сторін та спільну відповідальність за результати діяльності.

Організація взаємодії між органами влади, бізнесом, правоохоронними органами, засобами масової комунікації в умовах об'єднання територіальних громад, надає можливість залучити більше потрібних ресурсів, що дасть змогу подолати умовні та реальні бар'єри й ефективно вирішувати важливі суспільні завдання, а саме: соціальні, економічні, інформаційно-комунікаційні, природоохоронні та ін. Ці та інші обставини зумовлюють актуальність та своєчасність проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми взаємодії органів державної влади з бізнесом в умовах об'єднання територіальних громад, вивчало багато зарубіжних та вітчизняних науковців. Серед вітчизняних науковців слід зазначити Б. Андрушківа, М. Баймуратова, О. Батанова, О. Бендасюка, В. Кампо, Н. Кирич, В. Кравченка, Г. Мельника, С. Співака, Ю. Тодика, О. Фрицького. Із зарубіжних – праці Г. Сілласте, А. Скоча, Е. Лес. та ін. Як пишуть Б. М. Андрушків, Г. Х. Мельник, С. М. Співак в умовах обмежень на ресурси, загострення кризових явищ, особливої актуальності набувають проблеми ефективності роботи підприємств, зростання їх конкурентоспроможності в нових умовах добровільно об'єднаних територіальних громад. У цьому зв'язку важливого значення набуває підвищення ефективності управління промисловими підприємствами не лише за рахунок, наприклад, інноваційних чинників, а й за рахунок удосконалення їх взаємовідносин з добровільними

об'єднаннями територіальних громад. З огляду на це, необхідним є виявлення особливостей та пошук шляхів, а також розроблення соціально-економічних механізмів їх розвитку. Науковець С. Кепські розкриває причини виникнення необхідності залучення коштів бізнесових структур для підтримки соціально-економічної сфери. Е. Лес у своїх дослідженнях аналізує історичні аспекти доброчинності в Польщі та сприяння її розвитку з боку держави. П. Бартош досліджує співпрацю державної влади з недержавними організаціями та приватними особами. Водночас проблеми партнерства та організації співпраці держави, сервісного бізнесу у сфері розвитку інфраструктури та сервісного обслуговування в умовах добровільного об'єднання територіальних громад залишились за полем зору згаданих науковців.

Мета дослідження. На основі аналізу співпраці держави та сервісного бізнесу, розвитку інфраструктури в умовах добровільного об'єднання територіальних громад, необхідно уточнити сутність та поняття у сфері взаємодії держави та бізнесу як необхідної передумови ефективного функціонування економічної системи, визначення основних напрямів підвищення результативності співпраці владних структур, бізнес-спільноти в умовах об'єднання територіальних громад.

Постановка завдання. У процесі реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: уточнити сутність та поняття «державно-приватного партнерства»; виявити проблеми, що впливають на формування дієвої інституційної системи, яка забезпечуватиме ефективну взаємодію держави та бізнесу; визначити фактори для налагодження партнерських відносин між цими секторами; проаналізувати ринок готельно-ресторанної сфери, запропонувати алгоритм взаємодії державно-приватного партнерства в умовах об'єднання територіальних громад на прикладі готельно-ресторанної індустрії. Аналіз співпраці держави та сервісного бізнесу як в умовах адміністративно-територіальної реформи, так і в умовах добровільного об'єднання територіальних громад зокрема.

Виклад основного матеріалу. Науково-обґрунтована організація співпраці держави з бізнесом сприяє не тільки активізації та розвитку, підвищенню його соціальної відповідальності, а й об'єднанню зусиль навколо спільних поставлених завдань, а саме розвиток об'єднаної території – окремої ділянки, всього міста, регіону, держави в цілому.

Проте, лише тоді взаємодія між цими секторами буде можливою, коли всі організації в цьому партнерстві будуть працювати прозоро, чітко розумітимуть, яких змін хочуть досягнути.

Державно-приватне партнерство – це засноване на довготерміновому договорі співробітництво між організацією публічного сектору (наприклад, органом місцевого самоврядування чи центральним органом виконавчої влади) та приватною компанією чи підприємцем щодо надання послуг та покращення інфраструктури. Це новий досвід, новий погляд на давно відомі речі, нові можливості, рішення, формування нової культури взаємозв'язків у суспільстві, найвищий рівень залучення громадськості до співпраці з державою. Це той випадок, коли органи державної влади та бізнес тісно співпрацюють, але останні продовжують бути незалежними, мають право проводити кампанії та діяти незалежно від партнерських відносин. Лише при умові конструктивної взаємодії влади і бізнесу можемо говорити про соціальне партнерство в управлінні життям суспільства в умовах об'єднання територіальних громад.

Звичайно, що такі партнерські відносини потрібно вибудовувати, враховуючи всі вимоги зацікавлених сторін, а також ймовірні ризики, проблеми, що виникають.

Оскільки бізнес є активним чинником не лише соціально-економічних, але й політичних процесів в Україні, його взаємодія з державою має важливе значення як для вироблення публічної політики, так і для проведення реформ у різних сферах суспільного життя. Проте в сучасних умовах, говорити про завершення формування

дієвої інституційної системи, яка забезпечуватиме ефективну взаємодію держави та бізнесу, в основі якої знаходяться чітко встановлені норми та правила їх саморегуляції, поки що не варто. Це пов'язано з цілим комплексом невирішених проблем, а саме:

1. Недосконалість механізмів комунікації держави та бізнесу щодо визначення основних пріоритетів розвитку держави у політичній та соціально-економічній сферах.

2. Позиціонування держави не рівноправної сторони у співпраці з бізнесом, а як головної, що домінує, яка нав'язує свої «правила гри».

3. Високий рівень корупції, особливо у політичній сфері, що призводить до домінування різноманітних неформальних практик, які фактично витісняють на периферію політико-управлінських процесів формальні інститути, діяльність яких пов'язана з міжсекторними взаємодіями.

4. Низький рівень соціальної відповідальності бізнесу, його рентоорієнтована поведінка та намагання інтегруватися безпосередньо у владу (в основному це стосується підприємців, які використовують політичну діяльність для розширення власного бізнесу – так званих олігархів).

Водночас і держава, і бізнес зацікавлені в уніфікації, формалізації своєї співпраці, формуванні прозорих моделей взаємовідносин з залученням інститутів громадянського суспільства.

Зауважимо, що саме визнання рівноправності й незалежності кожного з учасників є основою цих відносин. Проте рівноправність зовсім не означає абсолютно однаковий вплив на процеси або внесення рівнозначних ресурсів. Тут маємо на увазі, можливість рівноправної участі у прийнятті рішень, коли всі учасники мають спільні правила та принципи.

Зі свого боку це знівелює конфлікт інтересів і надасть можливість вибудовувати взаємну довіру партнерів одне до одного.

Ефективна комунікація, а саме уміння слухати і чути, обмінюватися інформацією, розповсюджувати спільно прийняті ключові меседжі є одним із основних елементів налагодження комунікативного діалогу між державою та бізнесом. Тому важливо на етапі напрацювання домовленостей інституціям громадянського суспільства, правильно донести інформацію про себе, свої цінності й цілі, а також чітко зазначити, яку вони очікують підтримку від потенційних партнерів і що самі готові запропонувати у вирішенні поставлених завдань.

Найважливішими факторами для налагодження партнерських відносин між секторами є:

- незалежність (політична незаангажованість);
- держава має бути гарантом стабільних та прозорих умов, в яких працює та отримує прибуток бізнес;
- здатність стратегічно мислити;
- для сучасного типу бізнесу головною конкурентною перевагою є людський капітал, а відтак він орієнтований на підвищення вартості робочої сили і йому об'єктивно притаманний високий рівень соціальної орієнтованості [5];
- бізнес має бути суспільно відповідальним, тобто сприяти покращенню становища у сфері оплати та умов праці;
- уміння прислухатися до порад і знаходити спільне вирішення;
- високий рівень моральності (дотримання етичних норм у діяльності) [8].

Якісна, прогресивна співпраця між державою та бізнесом будується на зацікавленні кожної зі сторін у результаті спільної діяльності, що дає можливість всебічно розвиватись. Однак, чи не найбільшим його досягненням є формування нової моделі громадянського суспільства, здатного активізовуватися навколо розв'язання актуальних проблем.

Розглянемо яким чином можуть взаємодіяти державно-приватне партнерство в реалізації нової політики, на прикладі співпраці держави та сервісного бізнесу в умовах адміністративно-територіальної реформи та добровільного об'єднання територіальних громад і, зокрема, готельно-ресторанної індустрії.

Готельно-ресторанна індустрія – це перспективний напрямок для довготермінових інвестицій з прибутком у 15–20%. Проте наявність капіталу ще не вказує на успішний розвиток бізнесу на ринку, де завжди існують якісні зміни, перевага постійних та потенційних клієнтів. Одним з головних завдань сьогодення є діагностика ринку ресторанних послуг та визначення основних напрямків його розвитку, що дозволяє підприємцям відкривати нові можливості для заснування бізнесу у найпопулярніших та перспективніших сегментних нішах, які зможуть стимулювати розвиток готельно-ресторанної сфери в Україні [2].

Нині вкрай важливого значення для забезпечення стабільності та ефективності модернізаційних процесів у регіональній готельно-ресторанній індустрії набуває інституційне середовище, що характеризується досить складною структурою та може аналізуватися на різних ієрархічних рівнях – держави, регіонів та територіальних громад [3]. Також існує проблема типової структури послуг, а саме низький асортимент та спеціалізація послуг готельно-ресторанної сфери. Тому вкрай важливо поряд із традиційними повно сервісними готелями та ресторанами, створити мережу спеціалізованих закладів із вузьким спектром послуг. Як свідчить міжнародний досвід, саме невеликі заклади готельно-ресторанної індустрії формують нині основу розвитку сфери гостинності, структурують ринок готельно-ресторанних послуг, згідно з попитом споживачів, а також створюють додаткові робочі місця та формують конкурентне середовище.

Ми запропонували алгоритм організації взаємодії державно-приватного партнерства для розвитку готельно-ресторанної індустрії в умовах об'єднання територіальних громад (рисунок 1).

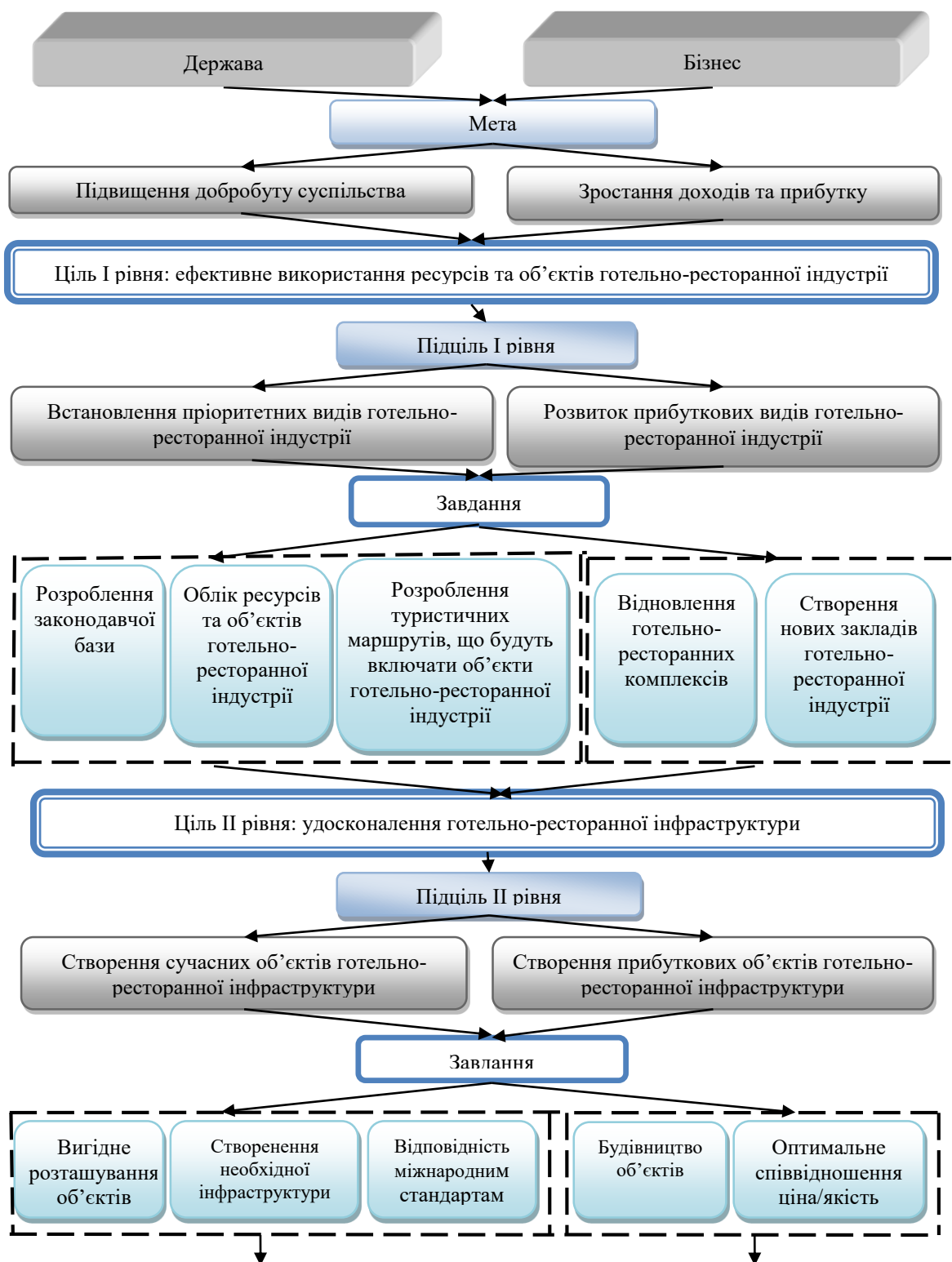
Нині у структурі готельно-ресторанного господарства в умовах об'єднання територіальних громад є досить низька частка закладів високої категорії. Матеріально-технічна база значної частини підприємств готельно-ресторанної індустрії є застарілою та потребує модернізації.

До основних проблем, які потрібно вирішити першочергово, можна віднести наступні:

- налагодження зв'язку та інформаційних комунікацій;
- розширити використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення;
- забезпечити кваліфікованими працівниками, неналежний рівень готельно-ресторанної індустрії, впливає на обслуговування та низький рівень надання готельних і ресторанних послуг;
- підняти якість обслуговування відповідно цін на готельно-ресторанні послуги;
- сприяти державному регулюванню цієї сфери.

Досліджуючи сучасний стан готельно-ресторанної індустрії в Україні та враховуючи всі ці проблеми, можна стверджувати, що саме від дієвої співпраці держави та бізнесу, а також підвищення інвестування залежить реальний стан готельно-ресторанної сфери в нашій країні. Фінансово-економічну політику із зміни форми власності варто проводити шляхом залучення з різних джерел фінансових ресурсів. Також потрібно створити для інвесторів систему державних гарантій для захисту приватної власності і капіталу. З метою створення належного конкурентного середовища

в готельно-ресторанній індустрії України органам державної влади доцільно виражено підійти до питання залучення іноземних інвестицій, особливо зі сторони відомих готельєрів та рестораторів. Слід більше уваги приділити економічному та податковому заохоченню вітчизняних інвесторів у напрямку створення вітчизняних готельно-ресторанних мереж. Створення міжнародних готельно-ресторанних ланцюгів сприяє поглибленню спеціалізації високих стандартів обслуговування.



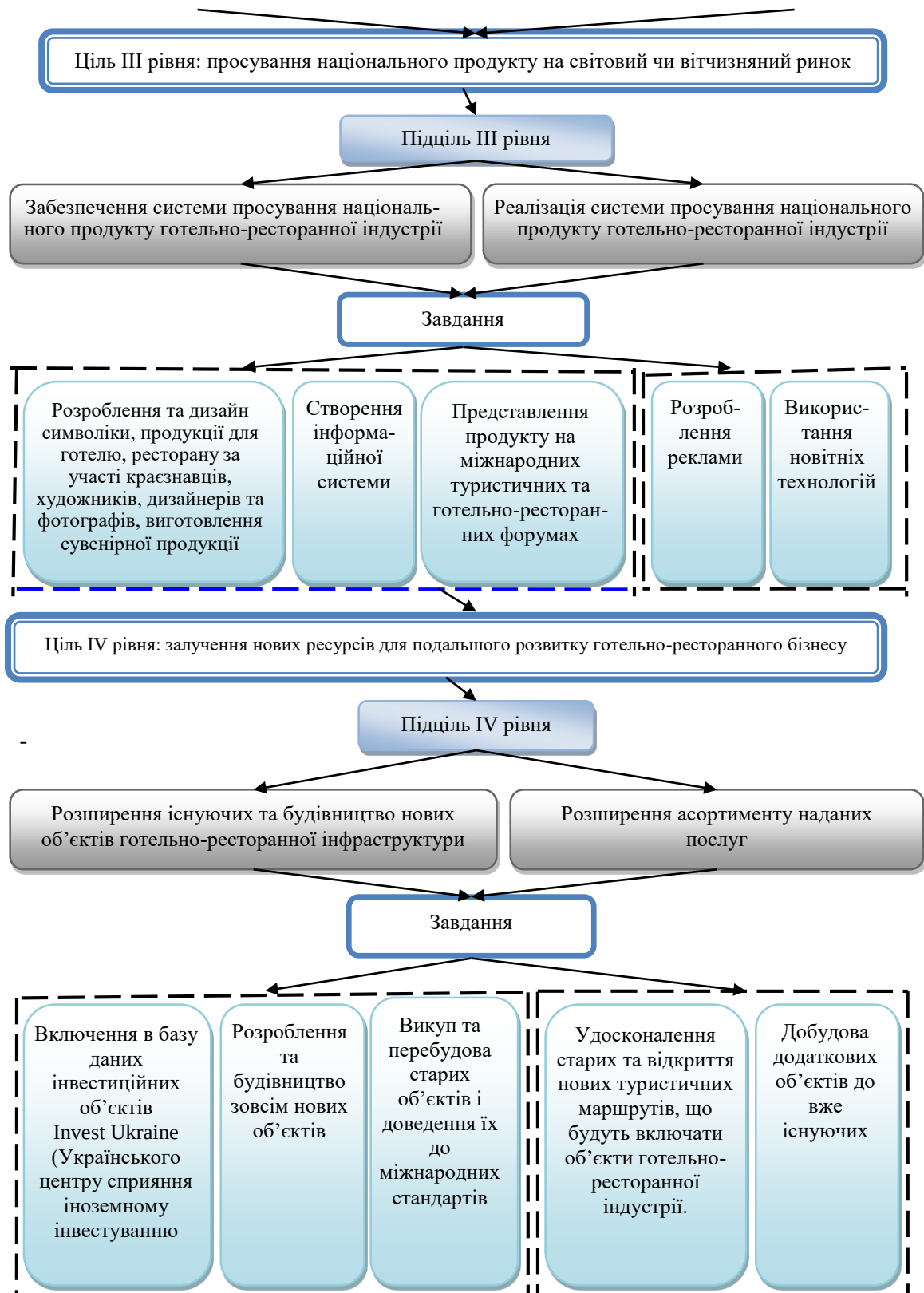


Рисунок 1. Алгоритм організації взаємодії державно-приватного партнерства розвитку готельно-ресторанної індустрії в умовах об'єднання територіальних громад. Адаптовано [1, 4, 6, 7, 9, 10]

Figure 1. The algorithm for public-private partnerships organization for the development of the hotel and restaurant industry under the conditions of territorial communities association. Adapted [1, 4, 6, 7, 9, 10]

Висновки. Аналіз партнерства та співпраці держави і сервісного бізнесу в царині розвитку інфраструктури та якості сервісного обслуговування в умовах добровільного об'єднання територіальних громад показав необхідність систематизації та вироблення відповідних науково-обґрунтованих партнерських відносин. Нині готельно-ресторанна індустрія в Україні переживає складні часи. Організація державно-приватного партнерства як механізму реалізації нової політики в готельно-ресторанній сфері дасть можливість залучити нові ресурси для проведення реформ в умовах об'єднання територіальних громад; знизити навантаження на видаткову частину бюджетів; залучити до реалізації інвестиційних проектів фінансові ресурси, що до певного часу перебували «у тіні».

Conclusions. Thus, the analysis of partnership and cooperation between the state and the service business in the sphere of infrastructure development and service quality under the conditions of voluntary territorial communities association shows the need to systematize and develop appropriate scientific-based partnerships. At present, the hotel and restaurant industry in Ukraine is in difficult times. The organization of public-private partnerships as the mechanism for new policy implementation in the hotel and restaurant gives the opportunity to attract new resources for reforms under the conditions of territorial communities association; to reduce the load on the expenditure budgets; to attract financial resources that were «in the shadow» for certain time into the investment projects implementation.

Список використаної літератури

1. Андрушків Б. М., Мельник Г. Х., Співак С. М. Стратегія розвитку адміністративного району. Концептуальні засади організації соціально-економічного розвитку адміністративного району в контексті формування добровільних об'єднань територіальних громад Лановеччини. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2017. 456 с.
2. Бербега Ю. О., Наймарк К. А. Тенденції розвитку ринку ресторанних послуг в Україні. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.). Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 83–86.
3. Голод А. П. Державне регулювання як елемент інституційного середовища модернізаційних процесів у туристичній сфері регіону. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.). Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 24–28.
4. Димченко О. В. Житлово-комунальне господарство в реформаційному процесі: аналіз, проектування, управління: монографія. Х.: ХНАМГ, 2009. 356 с. ISBN: 789666951512.
5. Жаліло Я. А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/8022007/80207/003.htm>.
6. Лега Ю. Г., Качала Т. М., Чечетова Н. Ф. Вдосконалення управління житлово-комунальним комплексом України в сучасних умовах розвитку національної економіки: монографія. Черкаси: ЧДТУ, 2008. 219 с. ISBN: 9667533271.
7. Андрушків Б. М., Бендасюк О. О., Войнаренко М. П. ін. Повний регіональний господарський розрахунок – шлях підвищення ефективності територіальної одиниці, забезпечення її територіального розвитку. Тернопіль: ТзОВ «Тернограф», 2014. 680 с.
8. Партнерство та співпраця як невід'ємна складова діяльності ОГС. URL: <http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iak-nevid-iemnaskladova-diialnosti-ohs>.
9. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. К.: ТОВ «Підприємство «Ві ен ей», 2015. 256 с.
10. Співак С. М. Інституційні, соціально-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах об'єднань територіальних громад / заг. ред. Андрушківа Б. М. Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2017. 574 с.

References

1. Andrushkiv B. M., Mel'nyk H. Kh., Spivak S. M. Stratehiya rozvytku administratyvnoho rayonu. Kontseptual'ni zasady orhanizatsiyi sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku administratyvnoho rayonu v konteksti formuvannya dobrovil'nykh ob"yednan' terytorial'nykh hromad Lanovechchyny. Ternopil': FOP Palyanytsya V. A. 2017. 456 p. [In Ukrainian].
2. Berbeha Yu. O., Naymark K. A. Tendentsiyi rozvytku rynku restorannykh posluh v Ukraini. Turystychnyy ta hotel'no-restoranny biznes: svitovyy dosvid ta perspektyvy rozvytku dlya Ukrainy: materialy kruhloho stolu ta student's'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (m. Odesa, 12 kvitnya 2018 r.). Odesa: ONEU, 2018. P. 83–86.
3. Holod A. P. Derzhavne rehulyuvannya yak element instytutsiynoho seredovyshcha modernizatsiynykh protsesiv u turystychniy sferi rehionu. Turystychnyy ta hotel'no-restoranny biznes: svitovyy dosvid ta perspektyvy rozvytku dlya Ukrainy: Materialy kruhloho stolu ta student's'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (m. Odesa, 12 kvitnya 2018 r.). Odesa: ONEU, 2018. P. 24–28.
4. Dymchenko O. V. Zhytlovo-komunal'ne hospodarstvo v reformatsiynomu protsesi: analiz, proektuvannya, upravlinnya: monohrafiya. Kh.: KhNAMH, 2009. 356 p. ISBN 789666951512. [In Ukrainian].
5. Zhalilo Ya. A. Ekonomichnyy dialoh: partnerstvo zarady prohresu. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/8022007/80207/003.htm>. (accessed: 02.02.2020).
6. Leha Yu. H., Kachala T. M., Chechetova N. F. Vdoskonalennya upravlinnya zhytlovo-komunal'nym kompleksom Ukrainy v suchasnykh umovakh rozvytku natsional'noyi ekonomiky: monohrafiya. Cherkasy: ChDTU, 2008. 219 p. ISBN 9667533271. [In Ukrainian].
7. Andrushkiv B. M., Bendasyuk O. O., Voynarenko M. P. in. Povnyy rehional'nyy hospodars'kyy rozrakhunok – shlyakh pidvyshchennya efektyvnosti terytorial'noyi odynitsi, zabezpechennya yiyi terytorial'noho rozvytku. Ternopil': TzOV "Ternohraf", 2014. 680 p. [In Ukrainian].
8. Partnerstvo ta spivpratsya yak nevid"yemna skladova diyal'nosti OHS. URL: <http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iak-nevid-iemnaskladova-diialnosti-ohs>.
9. Vasyl'chenko H., Parasyuk I., Yeremenko N. Planuvannya rozvytku terytorial'nykh hromad: navchal'nyy posibnyk dlya posadovykh osib mistsevoho samovryaduvannya. K.: TOV "PIDPRYYeMSTVO "VI EN EY", 2015. 256 p. [In Ukrainian].
10. Spivak S. M. Instytutsiyni, sotsial'no-ekonomichni mekhanizmy pidvyshchennya konkurento-spromozhnosti promyslovykh pidpryemstv v umovakh ob"yednan' terytorial'nykh hromad / zah. red. Andrushkiva B. M. Ternopil': TzOV "Terno-hraf", 2017. 574 p. [In Ukrainian].

MARKETING

МАРКЕТИНГ

УДК 339

ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ірина Карабаза

*Національний університет економіки та технологій
імені Михайла Туган-Барановського, Кривий Ріг, Україна*

Резюме. Присвячено вивченню впливу економічних факторів маркетингового середовища на діяльність підприємств ресторанного бізнесу. У дослідженні встановлено основні економічні фактори маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємств ресторанного бізнесу, серед яких виокремлено: динаміку ВВП, зміну індексу інфляції країни, зміну індексу споживчих цін на послуги ресторанів, зміну рівня доходів населення, обсяг інвестиційних потреб при відкритті ресторанного бізнесу, зміна рівня безробіття, введення всеукраїнського карантину під час пандемії вірусу COVID-19 тощо. Визначено вектор впливу кожного фактору на діяльність підприємств ресторанного бізнесу та на стан ринку ресторанних послуг у цілому. Встановлено, що позитивний вплив на розвиток ресторанного бізнесу країни мають фактори: зростання ВВП, зменшення інфляції, зростання сукупних витрат споживачів на харчування поза домом, зростання доходів населення, достатньо низькі інвестиційні потреби при відкритті суб'єкта ресторанного бізнесу. Негативний вплив на розвиток українського ресторанного бізнесу мають фактори: відсутність культури харчування поза домом в українських споживачів, зростання індексу споживчих цін на послуги ресторанів, зростання рівня безробіття, введення всеукраїнського карантину із закриттям усіх закладів ресторанного бізнесу. Найбільший вплив на галузь має всесвітня пандемія вірусу COVID-19, що змушує повністю переглянути перспективи розвитку українського ринку ресторанних послуг, адже негативний вплив фактора повністю перекреслює сприятливі тенденції на ринку. Обґрунтовано наслідки дії факторів на діяльність підприємств ресторанного бізнесу, зокрема, припинення поштовженого розвитку галузі, рецесія у галузі ресторанного бізнесу, зменшення кількості споживачів, зниження доходності бізнесу, подорожчання кредитів та зниження активності розширення франшиз у сфері ресторанного бізнесу, розвиток послуг з доставки ресторанного продукту. Стаття має практичне значення для формування ефективних маркетингових стратегій підприємств ресторанного бізнесу на ринку України.

Ключові слова: ресторанний бізнес, поведінка споживачів, ринок ресторанних послуг, маркетингове середовище, економічні фактори.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.208

Отримано 03.04.2020

UDC 339

ECONOMIC FACTORS OF THE MARKETING ENVIRONMENT OF RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES

Iryna Karabaza

*National University of Economics and Technology
named after Mykhaylo Tuhan-Baranovs'kyi, Kryvyi Rih, Ukraine*

Summary. The paper deals with the investigation of the economic marketing environment factors influence on the restaurant business enterprises activity. The main economic factors of the marketing environment

affecting the restaurant business enterprises activity are identified in this paper. They include: GDP dynamics, changes of the country's inflation index, changes of the consumer price index for restaurant services, changes of the personal income level, the volume of investment needs during restaurant business setting up, changes of the unemployment rate, introduction of all-Ukrainian quarantine during COVID-19 virus pandemic etc. The vector of each factor influence on the restaurant business enterprises activity and on the state of the restaurant services market as a whole are determined. It is defined that the following factors have positive impact on the development of restaurant business in the country: GDP growth, inflation decrease, increase in consumer spending on out-of-home meals, personal income rise, sufficiently low investment needs for restaurant business setting up. The following factors have negative impact on the development of the Ukrainian restaurant business: the lack of out-of-home culture of Ukrainian consumers, consumer price index increase for restaurant services, unemployment rate growth, the introduction of all-Ukrainian quarantine followed by restaurant business enterprises closing. The global COVID-19 pandemic has the greatest impact on the restaurant industry, forcing it to reconsider completely the prospects for the development of the Ukrainian restaurant services market, since the negative impact of the factor completely deletes the favorable trends in the market. The consequences of factors influence on the restaurant business enterprises activity, such as, the interruption of active industry development, the recession in the field of restaurant business, the decrease in consumers amount, the decrease in business profitability, rising lending rates for entrepreneurs and the reduction of franchise activity in the sphere of restaurant business, the development of services for the restaurant product delivery are substantiated. The paper is of considerable practical importance for effective marketing strategies formation for restaurant business enterprises in Ukrainian market.

Key words: restaurant business, consumer behavior, restaurant services market, marketing environment, economic factors

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.208

Received 03.04.2020

Постановка проблеми. Ресторанний бізнес – один з найбільш ризикованих видів діяльності, зокрема, він перший потрапляє під удар в умовах економічної, політичної та соціальної кризи, а також в умовах епідемій, зокрема, розповсюдження вірусу COVID-19 призвело до заборони переміщень та суттєвих втрат у секторі світового туризму та ресторанного і готельного бізнесу. Зважаючи на те, що ресторанний бізнес стабільно розвивався в Україні протягом останніх п'яти років, зокрема, за даними Держкомстату, питома вага реалізованої продукції ресторанів у загальному обсязі реалізованої продукції в Україні протягом 2010–2018 рр. зросла вдвічі, не зважаючи на спад у 2014 році після дуже успішного 2013 року на 0,08 в. п., вихід на ринок ресторанних послуг України після руйнівної для цього бізнесу кризи пандемії потребує глибокого аналізу економічних факторів маркетингового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням маркетингових аспектів розвитку ресторанного бізнесу України присвячено статті багатьох вітчизняних учених. Обозна А. О., Шабельник Н. М., Федотов І. А. обґрунтували «формування ефективності ресторанного господарства, виходячи з ієрархічних рівнів, першим з яких є поведінкові процеси, що забезпечують потреби в засобах існування і добробуту та розвиваються за умови дотримання міжнародних тенденцій і стандартів у ресторанному господарстві» [1, с. 17]. Подольна В. В., Вартова М. В. зосереджують увагу на пропозиціях щодо використання різних видів заохочення та стимулювання в ресторанному бізнесі, які значно підвищують продуктивність працівників та роблять робітників зацікавленими у ефективності власної роботи та закладу в цілому. Також вчені визначають поняття «просування закладу у сфері ресторанного бізнесу» [2, с. 10].

М. Ю. Разінкова здійснює оцінювання розроблених раніше підходів до структуризації етапів маркетингового планування і пропонує власне бачення планування на підприємствах ресторанного бізнесу [3, с. 62]. Водночас, не зважаючи на велику кількість публікацій стосовно дослідження маркетингових аспектів розвитку ресторанного бізнесу, недостатньо уваги приділяється вивченню впливу економічних факторів маркетингового середовища на діяльність підприємств ресторанного бізнесу.

Метою дослідження є обґрунтування впливу економічних факторів маркетингового середовища на діяльність підприємств ресторанного бізнесу.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: встановити основні економічні фактори маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємств ресторанного бізнесу, визначити вектор впливу кожного фактору на діяльність підприємств ресторанного бізнесу та на стан ринку ресторанних послуг у цілому; обґрунтувати наслідки дії факторів на діяльність підприємств ресторанного бізнесу.

Використано методи аналізу та синтезу (при визначенні економічних факторів маркетингового середовища підприємств ресторанного бізнесу), метод експертного оцінювання (для обґрунтування наслідків дії факторів на діяльність підприємств ресторанного бізнесу).

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб виходити на ринок зі своїм ресторанним продуктом потрібно аналізувати економічні фактори маркетингового середовища, які можуть вплинути на діяльність підприємства. Серед таких основних факторів можна виділити: динаміку зростання ВВП, зміну індексу інфляції країни, індекс споживчих цін на послуги ресторанів, рівень доходів населення та його зміну, рівень безробіття тощо.

Таблиця 1. Економічні фактори маркетингового середовища підприємства ресторанного господарства

Table 1. Economic factors of marketing environment of the restaurant business enterprise

№	Фактор	Наслідки для підприємств ресторанного бізнесу України
1	2	3
1	Реальний валовий внутрішній продукт (ВВП) у 2019 р. порівняно з попереднім роком збільшився у 1,2 рази, та склав 3675728 млн. грн	Це свідчить про стабільне зростання економіки України, що стимулює подальший розвиток галузей промисловості і відповідно ресторанного бізнесу
2	Індекс інфляції в Україні 2019 р. знизився до 4,1%, тобто на 5,7% порівняно з 2018 р., це стимулює розвиток економіки та природню конкурентоздатність підприємств.	Зниження рівня інфляції призводить до стабілізації гривні, валютний курс перестає коливатися і рівень цін на продукцію підприємства зменшується і зменшуються витрати в ціновому еквіваленті, на придбання ресурсів для реалізації діяльності. Але рівень інфляції залишається високим, порівняно з нормальним значенням для стабільної економіки. Водночас можна констатувати зниження інфляційних очікувань населення, що може привести до зростання активності у споживанні ресторанних послуг
3	Індекс споживчих цін на послуги ресторанів та готелів у лютому 2020 р. склав 108%, тобто є вищим за середній індекс інфляції в країні.	Впливає негативно, адже свідчить про те, що собівартість закупки та відповідно ціни на послуги ресторанних підприємств, залишаються стабільно високими, що не сприятиме зростанню попиту на ресторанні послуги, в умовах низької заробітної плати українців серед європейських країн.
4	Сукупні витрати на харчування поза домом у середньому за місяць у розрахунку на 1 домогосподарство в 2019 р. – 1,8 грн, що на 0,1 грн більше ніж у 2018 р. Також в Україні харчування поза домом у середньому за місяць у розрахунку на 1 домогосподарство в міських поселеннях на 0,2 грн більше у 2019 р., ніж у 2018 р. Витрати на харчування поза домом батьків з дітьми не змінилися за два роки і склало – 2,1 грн, тоді як витрати на харчування поза домом домогосподарств без дітей зросли на 0,2 грн.	Зростання показника впливає позитивно на розвиток галузі, адже свідчить про зростання готовності населення сплачувати за харчування поза домом, набуття культури харчування поза домом тощо. Але сам показник залишається на достатньо низькому рівні, що пов'язано з економічними та соціальними причинами.

Закінчення таблиці 1
End of table 1

1	2	3
5	Домогосподарства в Україні найбільше витрачають на харчування – 44,5% доходу (зокрема, на хлібні вироби – 16,9%, м'ясо та м'ясопродукти 22,5%, молочні продукти – 13,5), але на харчування поза домом припадає лише 4,2%.	Впливає негативно. Витрати на харчування поза домом залишаються на незначному рівні. У порівнянні, наприклад, американці витрачають на харчування 13,2% доходу, при чому більша частина – 12,6% припадає саме на харчування поза межами власного будинку. За таких умов національна традиція харчування поза домом в Україні – відсутня.
6	Рівень доходів населення країни збільшується. У 2019 р. мінімальна заробітна плата зросла на 450 грн, та становить 4173 грн. (посилання). Середня заробітна плата в Україні у 2019 р. – 10687 грн., вона зросла порівняно з 2018 р. на 1819 грн.	Доходи населення збільшуються повільно, зростання споживачів послуг закладів ресторанного господарства серед таких верств населення, як ті що працюють на мінімальну заробітну плату та пенсіонерів – не прогнозується, адже середній чек у ресторанах від 70 до 150 грн. Попит на ресторанні послуги формує в основному активна частина населення, тому зростання середньої заробітної плати позитивно вплине на розвиток ресторанного бізнесу. Але середня заробітна плата суттєво відрізняється за областями України (найвищий рівень розвитку ресторанного бізнесу можна прогнозувати у Дніпропетровській та Київській областях)
7	Стан ринку ресторанних послуг в Україні – погирлявання після кризових років, пов'язаних з економічною, політичною кризою та активною фазою військових дій на сході країни. Зокрема, у 2018 р. темп зростання відкриття закладів харчування поза домом склав 5,6%, що на 6,1% вище 2017 р.	Вплив фактору – позитивний. Кількість кафе і ресторанів в Україні залишалося практично на одному рівні протягом 2015–2017 рр. Ці роки відповідають періоду зниження наявного доходу населення країни. Коли ж у 2017 р. падіння доходів змінилося зростанням, ринок громадського харчування відразу відреагував на попит збільшенням пропозиції вже за підсумками 2018 р..
8	Інвестиційні потреби при відкритті ресторанного бізнесу в Україні: від 30 тис. дол. до \$ 1 млн. дол.	Вплив фактору позитивний. Організація бізнесу не вимагає великих капіталовкладень. Легкий вихід на ринок, популяризація франчайзингу стрімко збільшує кількість бажаючих інвестувати у відкриття власного ресторану під відомим брендом, при цьому втілюються готові рішення та ноу-хау щодо інтер'єру, меню, технологічних карт.
9	У II кварталі 2019 р. рівень зайнятості населення віком 15 років і старше становив 52,2%, а серед населення віком 15–70 років – 58,6%. Рівень безробіття серед робочої сили віком 15 років і старше склав 7,7%, а серед осіб віком 15–70 років – 7,8%.	Утримуються високі темпи безробіття, вони на 2,8% перевищують нормальний рівень показника. Це негативно впливає на розвиток ресторанного бізнесу (адже люди не мають коштів на дозвілля, а також зменшується кількість потенційних споживачів за рахунок трудової міграції, адже мігрують саме активна частина населення у віці цільового споживача ресторанних послуг)
10	Введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19	Фактор впливає негативно, адже ресторани закриті на карантин, діяльність повністю зупинена. У зв'язку з тим, що постійні витрати – зокрема, на оренду, залишаються незмінними та високими, слід зазначити, що більшість дрібних суб'єктів ресторанного бізнесу припинять свою діяльність.

Джерело: складено автором на основі 4–11.

Аналізуючи дані таблиці, слід зазначити, що такі економічні фактори маркетингового середовища, як зростання реального ВВП, зниження індексу інфляції, зростання рівня доходів населення країни – є факторами впливу першого порядку на розвиток ресторанного бізнесу в Україні. Вони створювали на початок 2020 року

сприятливе середовище для зростання ресторанного бізнесу та знижували ризики споживачів, які почали відкритіше поводитися по відношенню до закладів відпочинку та харчування. Зокрема, це позначилося на факторах впливу другого порядку – відбулося зростання сукупних витрат на харчування поза домом та темпів зростання відкриття закладів харчування. На початок 2020 року стан ресторанного бізнесу в Україні можна було оцінити як поживавлення. До того ж інвестиційні потреби при відкритті ресторанного бізнесу в Україні оцінюються від 30 тис. дол. до \$ 1 млн. дол., на ринку велика кількість доступних франшиз, тому не зважаючи на відсутність традиційної культури харчування, що змушує українських споживачів харчуватися переважно вдома, а також на зростання споживчих цін на послуги ресторанів та готелів у 2019 році та на початок 2020 року в Україні склалася сприятлива ситуація для розвитку вітчизняного ресторанного бізнесу.

Проте виникнення всесвітньої пандемії вірусу COVID-19 змушує повністю переглянути перспективи розвитку українського ринку ресторанних послуг, адже негативний вплив фактору повністю перекреслює сприятливі тенденції на ринку. Діяльність усіх об'єктів ресторанного бізнесу країни повністю зупинена, це призводить до суттєвих втрат по галузі, не усі заклади матимуть змогу продовжити свою діяльність після карантину. Адже, по-перше, постійні витрати ресторану не відмінені на строк карантину, а більшу їх частину складають витрати на оренду приміщення, по-друге, враховуючі, що після закінчення карантину кількість споживачів ресторанного продукту суттєво зменшиться, адже певна частина споживачів протягом карантину втратили роботу, особливо це стосується самозайнятих, а також персоналу підприємств малого та середнього бізнесу, який не мав розвинутої системи он-лайн продаж, це призведе до того, що доходність бізнесу різко впаде. По-третє, враховуючи аспект психологічного очікування нової хвилі захворювання восени споживачі матимуть побоювання витрачати гроші на розваги протягом найближчих шести місяців. Також цей фактор матиме суттєві негативні наслідки, які опосередковано торкнуться ресторанної сфери, зокрема, кредити для підприємств стануть дорожчими у наслідок підвищення відсоткових ставок по кредитах, за умов скорочення обсягів грошової маси в банках, яка пропонується під кредити, це призведе до зменшення кількості нових суб'єктів, особливо у такій ризикованій сфері, як ресторанна. Також зростання кількості безробітних призведе до зменшення кількості споживачів ресторанних послуг у закладах харчування різних рівнів.

Висновки. Проведене дослідження економічних факторів маркетингового середовища у діяльності підприємств ресторанного бізнесу дало змогу встановити основні економічні фактори маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємств ресторанного бізнесу, серед них: динаміка ВВП, зміна індексу інфляції країни, індекс споживчих цін на послуги ресторанів, рівень доходів населення, інвестиційні потреби при відкритті ресторанного бізнесу, рівень безробіття, введення карантину під час пандемії тощо. Визначити вектор впливу кожного фактору на діяльність підприємств ресторанного бізнесу та на стан ринку ресторанних послуг у цілому. Обґрунтувати наслідки дії факторів на діяльність підприємств ресторанного бізнесу. У подальших дослідженнях доцільно розробити пропозиції щодо формування ефективних маркетингових стратегій підприємств ресторанного бізнесу на ринку України.

Conclusions. The carried out investigation of economic factors of marketing environment in the restaurant business enterprises activity made it possible to identify the main economic factors of marketing environment affecting the restaurant business enterprises activity, among them: GDP dynamics, change in the country inflation index, consumer price index for restaurant services, personal income level, investment needs for restaurant business setting up, unemployment rate, quarantine introduction during pandemic, etc. To determine the vector of each factor influence on the restaurant business enterprises activity and on the state

of restaurant services market as a whole. To substantiate the factors effects on the restaurant business enterprises activity. It is reasonable in further investigations, to develop proposals for effective marketing strategies formation for restaurant business enterprises in the Ukrainian market.

Список використаної літератури

1. Обозна А. О., Шабельник Н. М., Федотов І. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг та ефективність їх застосування на підприємстві. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 13. С. 17–23. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.13.17>
2. Подольна В. В., Вартова М. В. Особливості просування закладу у сфері ресторанного бізнесу. Ефективна економіка. 2017. № 3. С. 10–17.
3. Разінкова М. Ю. Етапи проведення маркетингового планування в ресторанному бізнесі. Економіка та держава. 2020. № 2. С. 62–66. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.2.62>
4. Реальний валовий внутрішній продукт (ВВП) у 2019 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Індекс інфляції в Україні в 2019 році. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2020/>.
6. Домогосподарства в Україні найбільше витрачають на харчування 44,5% доходу. URL: https://zaxid.net/ukrayintsi_vitrachayut_na_yizhu_i_oplatu_komunalnih_poslug_60_zarobitku_derzhstatistiki_n1488540.
7. Витрати на харчування поза домом залишаються на незначному рівні. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10675131-mayzhe-polovinu-svojih-dohodiv-ukrajinci-vitrachayut-na-jizhu-infografika.html>.
8. Середня зарплата в Україні у 2019 році. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/>.
9. Середня зарплата в Україні у 2018 році. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/2018/>.
10. Стан ринку ресторанних послуг в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>.
11. Інвестиційні потреби при відкритті ресторанного бізнесу в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>.

References

1. Obозна A. O., Shabel'nyk N. M., Fedotov I. A. Analiz suchasnoho rynku restorannykh poslug ta efektyvnist' yikh zastosuvannya na pidpryyemstvi. Analysis of the modern market of restaurant services and efficiency of their application in the enterprise. Investytsiyi: praktyka ta dosvid. 2019. No. 13. P. 17–23. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.13.17>
2. Podol'na V. V., Vartova M. V. Osoblyvosti prosuvannya zakladu u sferi restorannoho biznesu. Features of promotion of the establishment in the field of restaurant business. Efektyvna ekonomika. 2017. No. 3. P. 10–17.
3. Razin'kova M. Yu. Etapy provedennya marketynhovoho planuvannya v restorannomu biznesi. Stages of marketing planning in the restaurant business. Ekonomika ta derzhava. 2020. No. 2. P. 62–66. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.2.62>
4. Real'nyy valovyy vnutrishniy produkt (VVP) u 2019 r. Real gross domestic product (GDP) in 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Indeks inflyatsiyi v Ukraini v 2019 rotsi. The inflation index in Ukraine in 2019. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2020/>.
6. Domohospodarstva v Ukraini naybil'she vytrachayut' na kharchuvannya vytrachayut' 44,5% dokhodu. The households in Ukraine spend the most on food spending 44.5% of their income. URL: https://zaxid.net/ukrayintsi_vitrachayut_na_yizhu_i_oplatu_komunalnih_poslug_60_zarobitku_derzhstatistiki_n1488540.
7. Vytraty na kharchuvannya poza domom zalyshayut'sya na neznachnomu rivni. Out-of-home spending remains insignificant. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10675131-mayzhe-polovinu-svojih-dohodiv-ukrajinci-vitrachayut-na-jizhu-infografika.html>.
8. Sperednya zarplata v Ukraini u 2019 rotsi. The average salary in Ukraine in 2019. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/>.
9. Sperednya zarplata v Ukraini u 2018 rotsi. The average salary in Ukraine in 2018. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/2018/>.
10. Stan rynku restorannykh poslug v Ukraini. State of the restaurant services market in Ukraine. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>.
11. Investytsiyni potreby pry vidkrytti restorannoho biznesu v Ukraini [Investment needs when opening a restaurant business in Ukraine] Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>

УДК 338.45

ДОСЛІДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ГОТОВНОСТІ УКРАЇНИ ДО ВИКЛИКІВ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ⁴

Людмила Захаркіна; Людмила Сагер; Любов Сигида

Сумський державний університет, Суми, Україна

Резюме. Сучасний стан світової економіки характеризується масштабними трансформаціями, які проявляються у розвитку ключових технологій Четвертої промислової революції, смарт-індустріалізації, смарт-спеціалізації, підвищенні інтенсивності міжнародної конкуренції, пришвидшенні усіх процесів, які стають глобальними та відкритішими. Поступово змінюється уявлення про взаємовідносини між країнами та економічними агентами: принципово новим моментом стає поєднання конкуренції і кооперації, співробітництва й суперництва. Для того, щоб мати зиски від цих процесів, країна має бути спроможною «на рівних» брати участь у системі світогосподарських зв'язків, що залежить від її здатності опановувати нові інноваційно-технологічні орієнтири розвитку. На даному етапі Україна значно програє в цьому плані. Відсутність прогресивних структурних зрушень в економіці України практично впродовж усього періоду незалежності, консервування відсталого типу виробничої структури, характерного для бідних країн, призвели до економічного занепаду, хронічної «голландської хвороби», деіндустріалізації та «інвестиційного голоду». Нарощення обсягів промислового виробництва в країнах, що розвиваються є важливим фактором їх розвитку, але воно має здійснюватися не за рахунок капіталовкладень, природних та енергетичних ресурсів, як це відбувається наразі, а шляхом підвищення продуктивності праці, що передбачає впровадження трудових ресурсозберігаючих технологій, активізацію інноваційної діяльності підприємств промисловості як ключових гравців інноваційних процесів. Метою статті стало дослідження головних показників та визначення на цій основі готовності України до викликів Індустрії 4.0, а також активізації інноваційної діяльності. Було здійснено аналіз особливостей Індустрії 4.0, встановлено цілі та бар'єри переходу. Враховуючи дані звіту Світового економічного форуму була співставлена готовність України до переходу до Індустрії 4.0 порівняно з іншими країнами, які знаходяться на різних рівнях економічного розвитку. Також було встановлено залежність між рівнем інноваційної активності аналізованих країн із їх витратами на НДДКР у ВВП.

Ключові слова: Індустрія 4.0, інноваційність, інноваційна активність, готовність, цілі, бар'єри.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.214

Отримано 09.04.2020

UDC 338.45

INVESTIGATION OF UKRAINES READINESS FOR INDUSTRY 4.0 CHALLENGES AND INNOVATIVE ACTIVITY INCREASE

Liudmyla Zakharkina; Liudmyla Saher; Liubov Syhyda

Sumy State University, Sumy, Ukraine

Summary. The current state of the world economy is characterized by large-scale transformations. They are manifested in the development of the key technologies of the Fourth Industrial Revolution, smart industrialization, smart specialization, increase of international competition intensity, acceleration of all

⁴Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

processes that are becoming global and more open. The idea of relations between countries and economic agents is gradually changing. The combination of competition and cooperation, collaboration and competition is the fundamentally new moment. In order to benefit from these processes, the country must be able to participate, on equal terms in the system of world economic relations depending on its ability to master new innovation and technological development targets. At this stage, Ukraine is significantly losing in this regard. The absence of advanced structural changes in the Ukrainian economy throughout the whole period of its independence, the preservation of backward type of production structure typical for poor countries resulted in the economic decline, chronic «Dutch disease», deindustrialization and «investment hunger». Consequently, the industrial production growth in the developing countries is an important factor in their development. But it should be carried out not by the capital investment, natural, and energy resources, as it happens at present, but by labor productivity increase, providing the implementation of labor-saving technologies, the activization of innovative industrial enterprises activity as key stakeholders of innovative processes. The objective of the paper is to investigate the main indicators and to determine on this basis Ukraine's readiness for Industry 4.0, challenges as well as to intensify the innovative activity. According to the paper analysis of Industry 4.0 peculiarities is carried out, transition goals and barriers are determined. Taking into account the data of the World Economic Forum report, Ukraine's readiness to Industry 4.0 transition are compared with other countries which are at different economic development levels. The dependence between the innovation activity level of the analyzed countries and their expenditures on R&D in GDP is defined as well.

Key words: Industry 4.0, innovative activity, innovation, readiness, goals, barriers.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.214

Received 09.04.2020

Постановка проблеми. У 2019 р. ринок Індустрії 4.0 оцінюється в \$ 71,7 млрд, до 2024 р. очікується його зростання до \$ 156,6 млрд. Важливу роль у світовому масштабі відіграватимуть підвищення ефективності машин та систем, зниження виробничих витрат, а також зростаючий попит на промислову робототехніку [1]. Тому питання готовності країн до Четвертої Промислової революції, до Індустрії 4.0 у сучасних умовах є актуальним як ніколи. Саме зараз настав той критичний момент, коли країнам, які вчасно не перейдуть до вимог Індустрії 4.0, загрожує ще на довго залишитися поза викликами сучасності. Відповідно важливим стає питання вимірювання готовності країн до викликів Індустрії 4.0.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню Індустрії 4.0 приділяється велика увага вітчизняних і зарубіжних учених та практиків. Скіцько В. І. [2; 3] у своїх роботах звертає увагу на висвітлення різних аспектів «Індустрія 4.0» як нового тренду розвитку економіки, зокрема, досліджує підходи до його тлумачення, розкриває ключові результати Індустрії 4.0, характеризує роль інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, досліджує зміни, які можуть статися з логістикою в Індустрії 4.0.

Тимошенко О. В. [4] акцентує увагу на аналізі достатності потенціалу України для впровадження концепції Індустрії 4.0 шляхом дослідження основних факторів економічного середовища та драйверів економічного піднесення. Тей С. І., Лі Т. К., Хамід Н. А. А., Ахмад А. Н. А. [5] крім того, що розглядають зміст та характеристики Індустрії 4.0, також звертають увагу на дослідження політики урядів різних країн у напрямку впровадження Індустрії 4.0. Драган Вуксанович, Єлена Угарак, Давор Корчок [6] показали напрямки майбутнього розвитку Індустрії 4.0 та майбутні концепції Фабрики майбутнього. Крім цього, особливий інтерес та важливість мають результати досліджень, проведені державними та приватними установами. Результати отримані в межах проекту «Industrie 4.0 in a Global Context: Strategies for Cooperating with International Partners» (організований за кошти Федерального міністерства економіки і технології Німеччини BMWi) [7] дозволили визначити сутність Індустрії 4.0, її економічні можливості та загрози для досліджуваних країн (Німеччина, Китай, Японія, Південна Корея, Великобританія та США).

Також у 2017 р. було проведено дослідження «Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe». У його межах встановлено передові завдання, стимулюючі фактори та бар'єри переходу досліджуваних країн (Іспанія, Великобританія, Франція, Італія, Німеччина, Чехія, Швеція та Нідерланди) до концепції Індустрії 4.0 [8]. В іншому дослідженні «Industry 4.0 – Opportunities and Challenges of the Industrial Internet», проведеному Інститутом ринкових досліджень TNS Emnid, Німеччина, розглянуті питання подальшого розвитку Індустрії 4.0, зокрема, напрямки інвестування, очікувані кількісні та якісні результати від упровадження рішень в Індустрії 4.0 та ін. [9].

Boston Consulting Group [10] у своєму дослідженні детально розглянула сутність та складові Індустрії 4.0.

Метою статті є визначення готовності України до викликів Індустрії 4.0 та посилення інноваційної активності.

Постановка завдання. Відповідно до сформульованої мети основним завданнями є: 1) дослідження стану Індустрії 4.0 у світовому масштабі, очікувані результати від її впровадження та потенційні небезпеки; 2) визначення готовності України до переходу до Індустрії 4.0 порівняно з іншими країнами, що знаходяться на різних етапах економічного розвитку; 3) знаходження зв'язку між рівнем інноваційної активності аналізованих країн та часткою витрат на НДДКР у ВВП.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до третього щорічного глобального дослідження, проведеного Deloitte (на основі опитування більше 2000 керівників з 19 країн світу), було визначено чотири основні напрямки, важливі для Індустрії 4.0 [11]:

- стратегія – спрямування на короткотерміновість та розроблення ефективних цілісних стратегій, які включають переваги Індустрії 4.0;
- соціальний вплив – спрямування на пошук балансу між прибутком і ціллю;
- талант – спрямування на навчання та розвиток персоналу, формування навичок, необхідних для досягнення успіху в середовищі Індустрії 4.0;
- технології – широке використання технологій, що пропонуються Індустрією 4.0: робототехніка, штучний інтелект, когнітивні та нанотехнології, інтернет речей та ін.

Незалежною консалтинговою фірмою з дослідження ринку Market Measurement, Inc. було проведено дослідження «2019 BDO Middle Market Industry 4.0 Benchmarking Survey», у якому взяли участь 230 управлінців виробничих підприємств США з середнім оборотом від \$ 200 млн. до \$ 3 млрд. Це дослідження дозволило визначити ряд важливих питань стосовно Індустрії 4.0 та її впливу на діяльність підприємств [12].

Зокрема, важливим питанням було визначення основних цілей, досягти які намагаються підприємства, впроваджуючи Індустрію 4.0. До цих цілей віднесли: диверсифікація бізнес-моделі (71%); підвищення ефективності експлуатації (67%); ширше проникнення на ринок (67%); поліпшення забезпечення якості (66%); підвищення стійкості ланцюгів поставок (63%); покращення досвіду клієнтів (61%); заміна або оновлення застарілих систем ІТ та ОТ (60%) [12].

При цьому були зазначені бар'єри, здатні стримати чи призупинити процес імплементації Індустрії 4.0 та досягнення вищезазначених цілей: слабка комунікація (67%); взаємодія з існуючими технологіями і процесами (64%); відсутність навичок або

недостатня підготовка (63%); відсутність вищого керівництва або лідера (60%); недостатнє інвестування (54%); супротив працівників (51%).

Важливо також відмітити можливості, що породжуються Індустрією 4.0 та які важливо вчасно зрозуміти і врахувати. Були виділені основні з них [12]:

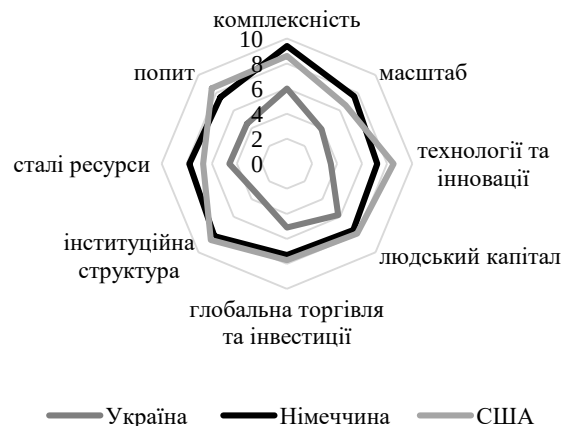
1. Створення цінності шляхом економії витрат завдяки новій ефективності (25%); досвіду клієнтів (15%); новим моделям оплати (21%); інноваційності товару (15%); інноваційним послугам (24%).

2. Поліпшення зв'язку завдяки вхідній та вихідній логістиці (28%); плануванню та закупівлям (25%); обслуговуванню клієнтів (19%); виконанню (15%); продажам та маркетингу (13%).

3. Удосконалення пріоритетних ланцюгів поставок шляхом обслуговування клієнтів (10%); загальній вартості доставки (23%); товарообороту (21%); часу циклу замовлення клієнта (23%); виконанню плану (22%).

Розробити та сформулювати сценарії інноваційного розвитку для України, визначити ризики цих процесів є можливим лише на основі дослідження потенційних можливостей, готовності країни слідувати інноваційним шляхом, трансформуватися до вимог Індустрії 4.0. Тому на основі даних звіту «Readiness for the Future of Production Report 2018» Світового економічного форуму [13] співставимо готовність України до переходу до Індустрії 4.0 порівняно з готовністю інших країн, які знаходяться на різному рівні економічного розвитку: 1) економічно розвинуті країни (США, Німеччина); 2) нові індустріальні країни (Мексика, Малайзія); 3) країни, що розвиваються (Болгарія, Саудівська Аравія); 4) найменш розвинуті країни (Нігерія, Камбоджа).

На рисунку 1–4 наочно представлено положення України порівняно з іншими аналізованими країнами за основними критеріями оцінювання готовності до Індустрії 4.0.



Рисунк 1. Готовність України до Індустрії 4.0 порівняно з розвиненими країнами

Figure 1. Ukraine's readiness to Industry 4.0 in comparison with the developed countries
Джерело: складено авторами на основі [13].

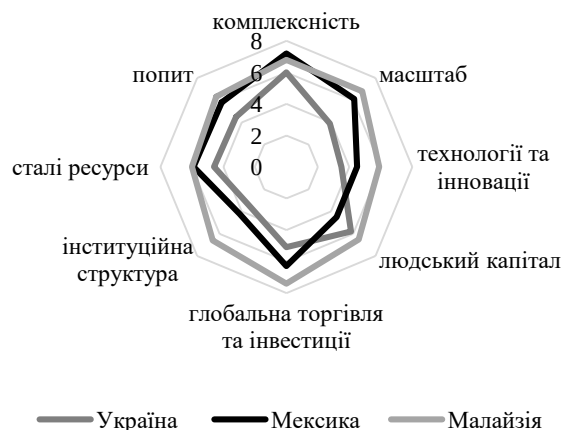


Рисунок 2. Готовність України до Індустрії 4.0 порівняно з новими індустріальними країнами

Figure 2. Ukraine's readiness to Industry 4.0 in comparison with newly industrialized countries

Джерело: складено авторами на основі [13].

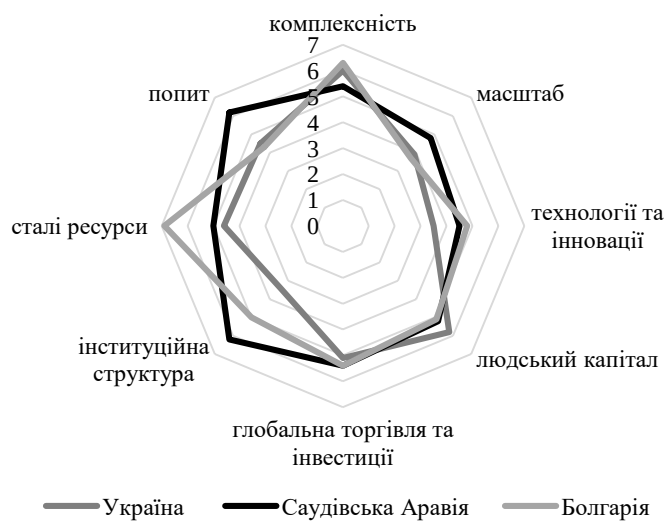


Рисунок 3. Готовність України до Індустрії 4.0 порівняно з країнами, що розвиваються

Figure 3. Ukraine's readiness to Industry 4.0 in comparison with the developing countries

Джерело: складено авторами на основі [13].

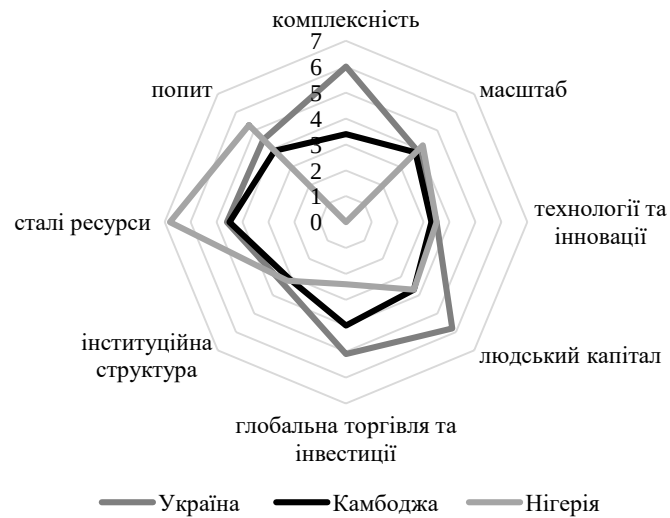


Рисунок 4. Готовність України до Індустрії 4.0 порівняно з найменш розвиненими країнами

Figure 4. Ukraine's readiness to Industry 4.0 in comparison with the least developed countries

Джерело: складено авторами на основі [13].

Таким чином, Україна належить до країн, що зароджуються, тобто до країн, які мають слабкі поточні позиції щодо структури виробництва та у яких відсутній потенціал подальшого розвитку. Україна має набагато гірше положення порівняно з економічно розвиненими та новими індустріальними країнами за всіма аналізованими критеріями.

Водночас її готовність значною мірою відповідає готовності досліджуваних країн, що розвиваються, до яких Україна належить, та є вищою порівняно з найменш розвиненими країнами.

Однак еталоном та бажаним для України є досягнення позицій готовності «провідних країн», до яких відносяться Австрія, Бельгія, Канада, Китай, Чеська Республіка, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Ірландія, Ізраїль, Італія, Японія, Південна Корея, Малайзія, Нідерланди, Польща, Сінгапур, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Великобританія та США [14].

Для України питання досягнення результатів зазначених вище країн означає роботу за всіма напрямками та активізацію максимуму зусиль.

Окрему увагу також звернемо на питання інноваційної активності досліджуваних країн та співставимо цей показник із часткою витрат на НДДКР у ВВП, щоб зрозуміти наявність чи відсутності залежності між цими двома величинами (рисунок 5).

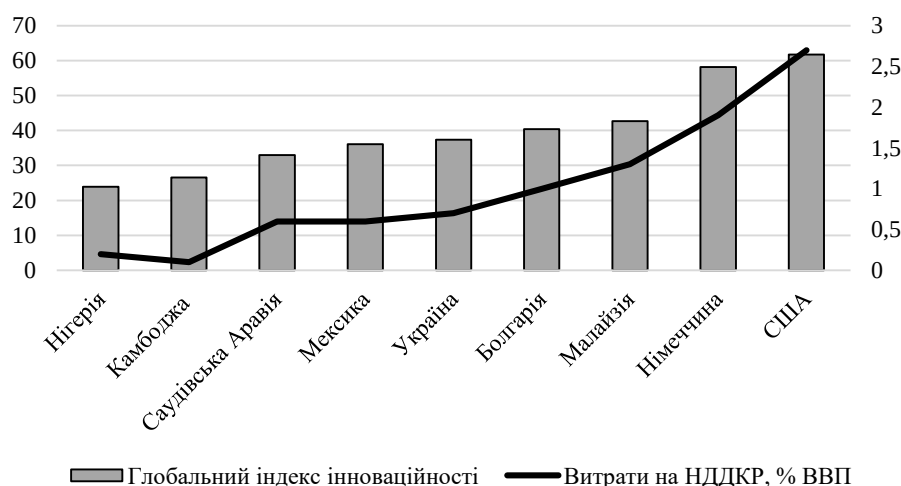


Рисунок 5. Глобальний індекс інноваційності (ГІІ) та частка витрат на НДДКР у ВВП у 2018 р. для досліджуваних країн

Figure 5. Global Innovation Index (GII) and R&D expenditures share in GDP for analyzed countries in 2018
Джерело: складено авторами на основі [13; 15].

Отже, як видно з рисунка 5 залежність між часткою витрат на НДДКР у ВВП та рівнем інноваційності країни наявна. Так, США, маючи частку витрат на рівні 2,7%, отримує ГІІ на рівні 61,73, а витрати Німеччини в 1,9% забезпечують ГІІ у розмірі 58,19. Одночасно низький рівень ГІІ для Камбоджі та Нігерії (26,59 та 23,93 відповідно) можна пояснити надзвичайно низькими витратами на НДДКР у ВВП (0,1 та 0,2% відповідно). Україна при витратах на НДДКР у 4 рази менших, ніж у США, має майже в половину нижче значення Глобального індексу інноваційності.

Активізація інноваційної діяльності є одним із важливих кроків до посилення готовності країни до Індустрії 4.0. Одним із ключових аспектів підвищення інноваційності є державна підтримка, зокрема збільшення витрат на науково-дослідну та дослідно-конструкторську роботу.

Висновки. Проведені нами дослідження показують, що для країн, що розвиваються, до яких належить і Україна, інновації набувають особливого значення, оскільки вони лежать в основі індустріалізації, яка відіграє ключову роль у диверсифікації економіки та подоланні її структурної слабкості. І саме перехід до Індустрії 4.0 є одним із тих важливих кроків, який необхідно здійснити Україні. Однак, на цьому шляху Україні ще необхідно пройти і подолати ряд бар'єрів та викликів. У результаті проведеного нами аналізу видно, що рівень готовності України до Індустрії 4.0 перевищує рівень готовності найменш розвинених країн та приблизно відповідає рівню готовності країн, що розвиваються. Проте, Україна програє за всіма аналізованими показниками новим індустріальним країнам та економічно розвиненим країнам. І саме досвід цих країн Україна має враховувати у першу чергу. Крім того, порівняння величини Глобального індексу інноваційності та частки витрат на НДДКР у ВВП аналізованих країн дозволило виявити пряму залежність між цими двома показниками. Як і в попередньому випадку, Україна значно поступається передовим країнам. Таким чином, для України важливим фактором переходу до Індустрії 4.0 є нарощування інноваційної активності, що значною мірою залежить від рівня витрат на

НДДКР. Перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на визначення основних векторів інноваційного розвитку України в умовах Індустрії 4.0.

Conclusions. The carried out investigations prove that for the developing countries, including Ukraine, innovations are particularly important. The reason is that innovations are significant for industrialization, which plays a key role in the economic diversification and overcoming its structural weakness. And the transition to Industry 4.0 is one of the important steps for Ukraine. However, there are still a number of barriers and challenges that Ukraine should overcome. Our analysis shows that Ukraine's readiness for Industry 4.0 exceeds the readiness level of the least developed countries and approximates to the developing countries' readiness level. However, Ukraine has much worse analyzed indicators in comparison with the newly industrialized countries and economically developed ones. So, Ukraine must take into account the experience of these countries. In addition, comparison of the Global Innovation Index and the share of R&D expenditures in GDP of the analyzed countries revealed direct dependence between these two indicators. As in the previous case, Ukraine is far behind the leading countries. Thus, for Ukraine, the increase of innovative activity, highly depending on the level of R&D spending is an important factor in the transition to Industry 4.0. Prospects for further investigations will be focus in the identification of the main vectors of Ukraine's innovative development under Industry 4.0 conditions.

Список використаної літератури

1. Global Industry 4.0 Market is Expected to Reach USD 156.6 Billion by 2024, at a CAGR of 16.9% from 2019 to 2024. ResearchAndMarkets.com. BUSINESS WIRE. January 16, 2020. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20200116005330/en/Global-Industry-4.0-Market-Expected-Reach-USD> (дата звернення: 03.04.2020).
2. Скіцько В. І. Індустрія 4.0 як промислове виробництво майбутнього. Інвестиції: практика та досвід. № 5. 2016. С. 33–40.
3. Скіцько В. І. Логістика в індустрії 4.0. Економіка та держава. № 4. 2016. С. 28–33.
4. Тимошенко О. В. Виклики та загрози четвертої промислової революції: наслідки для України. БІЗНЕС-ІНФОРМ. № 2. 2019. С. 21–29.
5. Tay S. I., Lee T. C., Hamid N. A. A., Ahmad A. N. A. An Overview of Industry 4.0: Definition, Components, and Government Initiatives. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. 2018. 10 (14):14. P. 1379–1387.
6. Dragan Vuksanović, Jelena Ugarak, Davor Korčok. Industry 4.0: the future concepts and new visions of Factory of the Future development. SINTEZA 2016: International scientific conference on ict and e-business related research. P. 293–298. DOI: 10.15308/Sinteza-2016-293-298. <https://doi.org/10.15308/Sinteza-2016-293-298>
7. Kagermann H., Anderl R., Gausemeier J., Schuh G., Wahlster W. Industrie 4.0 in a Global Context Strategies for Cooperating with International Partners. acatech STUDY. Herbert Utz Verlag GmbH, 2016. 74 p.
8. Digital Transformation Monitor Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe. European Commission. May 2017. 12 p.
9. Geissbauer R., Schrauf S., Koch V., Kuge S. Industry 4.0 – Opportunities and Challenges of the Industrial Internet. PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, December 2014. 52 p.
10. Rüßmann M., Lorenz M., Gerbert P., Waldner M. et. al Industry 4.0. The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries. Boston Consulting Group. April 2015. 20 p.
11. Industry 4.0: At the intersection of readiness and responsibility Deloitte Global's annual survey on business's preparedness for a connected era. Punit Renjen. 20 January 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/deloitte-review/issue-22/industry-4-0-technology-manufacturing-revolution.html> (дата звернення: 03.04.2020).
12. Industry 4.0: Redefining How Mid-Market Manufacturers Derive and Deliver Value. March 2019. URL: <https://www.bdo.com/insights/industries/industry-4-0/industry-4-0-redefining-how-mid-market-manufacture> (дата звернення: 02.04.2020).
13. Readiness for the Future of Production Report 2018. Insight Report. In collaboration with A. T. Kearney. World Economic Forum. 2018. 266 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf (дата звернення: 03.04.2020).

14. Only 25 countries well-positioned to benefit from Industry 4.0 according to new World Economic Forum report. 13 Feb 2018. URL: <https://www.edb.gov.sg/en/news-and-resources/insights/innovation/only-25-countries-well-positioned-to-benefit-from-industry-4-0-a.html> (дата звернення: 02.04.2020).
15. Soumitra Dutta, Bruno Lanvin and oth. Global Innovation Index 2019 rankings. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. 12th edition. Switzerland: Geneva; India: New Delhi, 451 p.

References

1. Global Industry 4.0 Market is Expected to Reach USD 156.6 Billion by 2024, at a CAGR of 16.9% from 2019 to 2024. ResearchAndMarkets.com. BUSINESS WIRE. January 16, 2020. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20200116005330/en/Global-Industry-4.0-Market-Expected-Reach-USD> (accessed: 03.04.2020).
2. Skitsko V. Industriia 4.0 yak promyslove vyrobnytstvo maibutnoho. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2016. No. 5. P. 33–40. [In Ukrainian].
3. Skitsko V. Lohistyka v industrii 4.0. Ekonomika ta derzhava. 2016. No. 4. P. 28–33. [In Ukrainian].
4. Tymoshenko O. V. Vyklyky ta zahrozy chetvertoi promyslovoi revoliutsii: naslidky dlia Ukrainy. BUSINESS INFORM. 2019. № 2. P. 21–29. [In Ukrainian].
5. Tay S. I., Lee T. C., Hamid N. A. A., Ahmad A. N. A. An Overview of Industry 4.0: Definition, Components, and Government Initiatives. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. 2018. 10 (14):14. P. 1379–1387.
6. Dragan Vuksanović, Jelena Ugarak, Davor Korčok. Industry 4.0: the future concepts and new visions of Factory of the Future development. SINTEZA 2016: International scientific conference on ict and e-business related research. P. 293–298. DOI: 10.15308/Sinteza-2016-293-298. <https://doi.org/10.15308/Sinteza-2016-293-298>
7. Kagermann H., Anderl R., Gausemeier J., Schuh G., Wahlster W. Industrie 4.0 in a Global Context Strategies for Cooperating with International Partners. acatech STUDY. Herbert Utz Verlag GmbH, 2016. 74 p.
8. Digital Transformation Monitor Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe. European Commission. May 2017. 12 p.
9. Geissbauer R., Schrauf S., Koch V., Kuge S. Industry 4.0 – Opportunities and Challenges of the Industrial Internet. PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, December 2014. 52 p.
10. Rüßmann M., Lorenz M., Gerbert P., Waldner M. et. al Industry 4.0. The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries. Boston Consulting Group. April 2015. 20 p.
11. Industry 4.0: At the intersection of readiness and responsibility Deloitte Global's annual survey on business's preparedness for a connected era. Punit Renjen. 20 January 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/deloitte-review/issue-22/industry-4-0-technology-manufacturing-revolution.html> (дата звернення 03.04.2020).
12. Industry 4.0: Redefining How Mid-Market Manufacturers Derive and Deliver Value. March 2019. URL: <https://www.bdo.com/insights/industries/industry-4-0/industry-4-0-redefining-how-mid-market-manufactur> (accessed: 02.04.2020).
13. Readiness for the Future of Production Report 2018. Insight Report. In collaboration with A. T. Kearney. World Economic Forum. 2018. 266 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf (accessed: 03.04.2020).
14. Only 25 countries well-positioned to benefit from Industry 4.0 according to new World Economic Forum report. 13 Feb 2018. URL: <https://www.edb.gov.sg/en/news-and-resources/insights/innovation/only-25-countries-well-positioned-to-benefit-from-industry-4-0-a.html> (accessed: 02.04.2020).
15. Soumitra Dutta, Bruno Lanvin and oth. Global Innovation Index 2019 rankings. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. 12th edition. Switzerland: Geneva; India: New Delhi, 451 p.



UDC 339.138:502.3

GREEN COMPETITIVENESS: UKRAINE'S BUSINESS SECTOR IN THE WORLDWIDE TRENDS FRAMEWORK

Olena Chygryn; Oleksii Lyulyov; Tetyana Pimonenko;
Svitlana Kostornova

Sumy State University, Sumy, Ukraine

Summary. The paper deals with the analysis of measurement approaches for stable competitiveness. The authors substantiate that promotion the stable competitiveness requires the creation of modern theoretical approaches for its measurement and understanding the relevant trends in the national business sector. The analysis results prove that green competitiveness is the part of national economy competitiveness and modern trends indicate that the European countries create new market opportunities for green growth promotion and ecological competitiveness increase. The objective of the paper is to investigate the measurement system for the global stable competitiveness and to analyze the Ukraine internal peculiarities in comparison with the post-Soviet and European countries. The analysis results prove that today's worldwide trends and tendencies of the countries green competitiveness measurement are described in the approach implemented by the Global Stable Competitiveness Index. The given methodology includes three basic aspects of stable development: economy, environment and society and defines the investigated areas within the framework of five basic fields: natural capital; social capital; resource management; intellectual capital and innovations; managerial efficiency. TOP-20 countries representation according to the Global Stable Competitiveness Index is considered, the leading developed high-income countries are determined and analyzed in this investigation. Ukraine's position among the European and Post-Soviet countries is shown in this papers. It ranks the 74th place among 180 countries and its score level is 44.7. The authors estimate the prospects for the Ukraine stable competitiveness increase within the framework of its five main determinants.

Key words: stable development, ecological competitiveness, index, estimation, capital, innovation, efficiency.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.223

Received 23.03.2020

УДК 339.138:502.3

ЗЕЛЕНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БІЗНЕС-СЕКТОРА УКРАЇНИ В РАМКАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Олена Чигрин; Олексій Люльов; Тетяна Пімоненко;
Світлана Косторнова

Сумський державний університет, Суми, Україна

Резюме. Розглядається аналіз підходів до вимірювання стійкої конкурентоспроможності. Обґрунтовано, що сприяння стійкій конкурентоспроможності потребує створення сучасних теоретичних підходів для її вимірювання та розуміння відповідних тенденцій у вітчизняному бізнес-секторі. Результати аналізу показали, що зелена конкурентоспроможність є частиною конкурентоспроможності національних економік, а сучасні тенденції свідчать, що європейські країни створюють нові ринкові можливості для просування зеленого зростання та посилення екологічної конкурентоспроможності. Метою статті було дослідити систему вимірювання глобальної стійкої конкурентоспроможності та проаналізувати внутрішні особливості України порівняно з країнами пострадянського простору та європейськими країнами. Результати аналізу довели, що сучасні глобальні тенденції вимірювання конкурентоспроможності країн, описані в підході, реалізованому за допомогою

Глобального індексу стійкої конкурентоспроможності. Дана методологія включає три основні аспекти сталого розвитку: економіку, довкілля та суспільство і визначає напрями, що досліджуються в рамках п'яти основних сфер: природного капіталу; соціального капіталу; управління ресурсами; інтелектуального капіталу й інновацій; ефективності управління. У цьому дослідженні було розглянуто представництво ТОП-20 країн відповідно до Глобального індексу стійкої конкурентоспроможності, визначено та проаналізовано провідні розвинені країни з високим рівнем доходу. Показано місце України серед країн Європи та пострадянських країн. Вона займає 74 місце серед 180 країн, а рівень балів – 44,7. Автори оцінили перспективи підвищення стійкої конкурентоспроможності України в рамках п'яти основних її детермінант.

Ключові слова: стійкий розвиток, екологічна конкурентоспроможність, індекс, оцінювання, капітал, інновації, ефективність.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.223

Отримано 23.03.2020

Introduction. The development of green competitiveness requires the creation of modern theoretical approaches for its measurement for understanding the relevant tendencies in the Ukraine business sector. The most governments increasingly put sustainable development at the center of discussions over the economic growth and development of business sector. The green policy has to create the new jobs, new opportunities and technologies by increasing the competitiveness of national industry. So, the European countries create the new market opportunities for establishing the preconditions for green growth policies and strengthening the green competitiveness.

The objective of the article is to investigate the system of measurement the global stable competitiveness and to analyze the Ukraine national features in comparison with the post-Soviet and European countries.

Literature review. The scientific literature which was analyzed showed that there are no approaches to determining green competitiveness and the key determinant of their defining.

The authors Hidalgo et al. [1], Hausmann etc. [2] suggest that green competitiveness is most likely to be derived from existing comparative advantages, skills and production patterns. The paper by Fankhauser [3] therefore, describes the existing capabilities as a key indicator of future comparative advantage in the green economy. For exploring the green performance and competitiveness the study provided by Sang-Bing Tsai [4] integrated simultaneous importance performance analysis and decision-making approaches. The scientist Zhang [5] emphasizes the main steps of estimation the green development competitiveness and shows the trends it's growing which strongly connected with the resource conservation and pollution reduction. Chengs' in his paper [6] emphasizes on balanced development of the economy, society, and the environment, which are the important issue for enhancing regional green competitiveness. The authors proposed a model to measuring the coupling coordination degree of green competitiveness from the different determinants. The domestic authors emphasize that green business is stimulate developing and promotion of the green competitiveness [7, 8].

The main part. The green competitiveness could be analyzed for the different levels of economy. Today the global trends and tendencies of the countries green competitiveness is described in the approach realized by the Global Sustainable Competitiveness Index. The Global Sustainable Competitiveness Index (GSCI) [9] estimates the total countries competitiveness with the interconnection of the stable development indicators. Such global index includes only quantitative indicators for excluding any subjectivity in the measurement.

The used methodology integrates three basic dimensions of stable development: economy, environment and society. Defined areas are investigated in the frame of the five basic fields: natural capital; social capital; resource management; intellectual capital; managerial efficiency.

The first field «natural capital» analyzes the natural environment of the country, the level of pollution, the availability of resources, the level of those resources exhaustion.

The second field «social capital» estimates the population health, security level in the society, freedom, equality and life satisfaction within the country.

The third field «resource management» measures the efficiency of using available resources.

The fourth field «intellectual capital» investigates the capability to generate wealth and jobs through innovation and value-added industries in the globalized markets.

The managerial efficiency measures through salts of core state areas and investments – infrastructure, market and employment structure, the provision of a framework for sustained and sustainable wealth generation.

We analyzed the TOP-20 countries representation according to the Global Stable Competitiveness Index (figure 1).

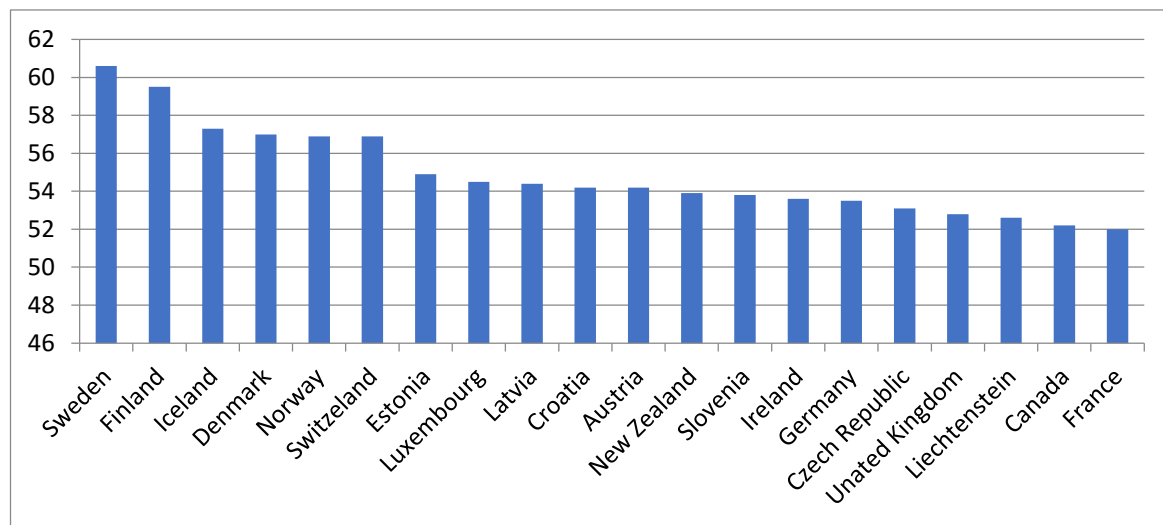


Figure 1. TOP-20 countries in the Global Stable Competitiveness Index

Source: developed by the authors on the basis of Global Stable Competitiveness Index, (2019).

Traditionally the leading nations on the stable competitiveness ranking are mostly developed high-income countries. As a result, it determines the strong correlation between Stable Competitiveness score and GDP per capita and demonstrates equality between income level and sustainability.

So, the represented structure of the countries shows that the Scandinavia and Northern Europe are on Top of the list. Top 5 spots are presented by Sweden, which is traditionally leading. Top 20 are presented by European countries, including the Baltic states. Of the top list of the green competitive countries only two are not European. That are New Zealand on the 12th place, and Canada on the 19th place. Moreover, the World's largest economy USA is on the 34th place.

At the same time, such countries as Sadia Arabia, Kuwait are the exceptions because they are ranked significantly below despite the high level of GDP. This indicates that the there is the correlation between stable competitiveness to income levels.

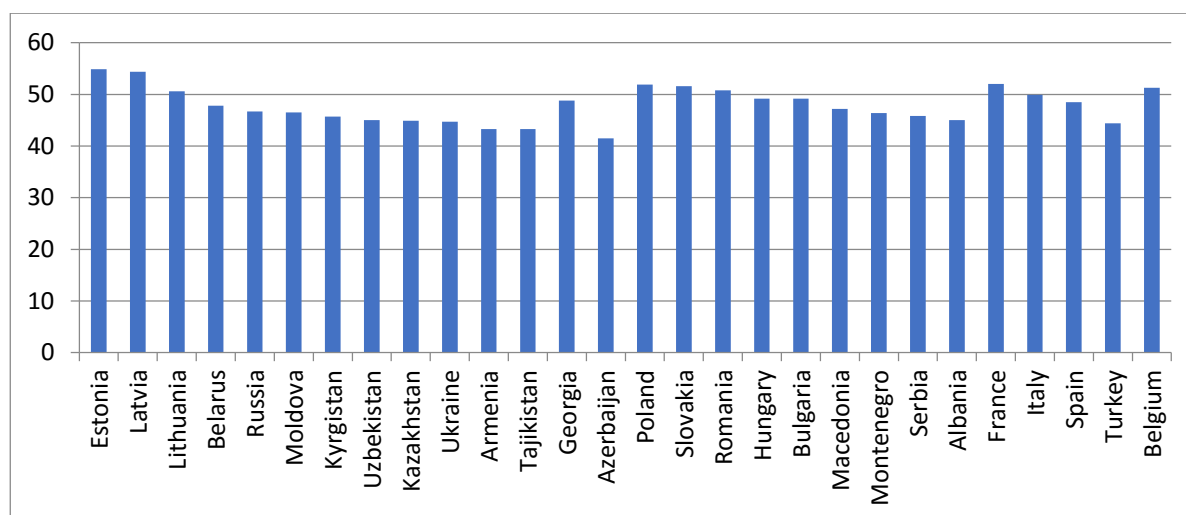


Figure 2. Ukraine rating in the Global Stable Competitiveness Index

Source: developed by the authors on the basis of Global Stable Competitiveness Index, (2019).

Figure 2 shows the position of Ukraine amongst the European and post-Soviet countries. So, Ukraine ranks the 74th place among 180 countries and the score level is 44.7. In comparison with the best rank Sweden which has 60.6 score and the average score 47.4 (Figure 3). It should be noted that the influence of stable competitiveness on GDP is prolonged in time. That is why it is quite important to provide the economic and managerial policy decisions according to the promotion of green competitiveness results.

The main fields of the global stable competitiveness index have the subdivided structure. So, it is quite important to understand which basic components create such index and determine the green competitiveness level.

The natural capital indicators consist from the five groups, which contain the next subgroups of indicators:

- agriculture, determined by the available land, yield efficiency, level of land degradation and desertification;
- biodiversity, which include information about forests, bioresources and biodiversity pressure;
- water resources: renewable and non renewable freshwater, agriculture water use;
- resources: energy and mineral resources, level of resource depletion.

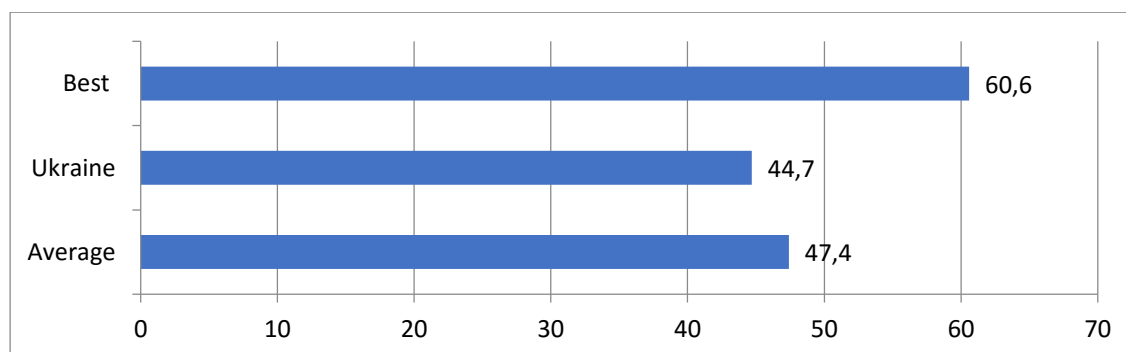


Figure 3. Ukraine ranking in the global Stable competitiveness rating

Source: developed by the authors on the basis of Global Stable Competitiveness Index, (2019).

The second index associated with the managerial efficiency encompasses the next aspects connected with the strategic direction of government development: public infrastructure, business regulation system, sensibility to volatility, government cohesion. Such index includes the next sub indexes:

- government cohesion: public services, educational, budget, military spending;
- infrastructure: investments, transport system;
- business environment: creating business condition, business registration, sector developments;
- corruption: corruption index, bribery prevalence, red tape;
- financial stability: austerity, exposure to financial shocks, financial regulation.

The third index linked with the intellectual capital and innovation contains the sub indexes, which describe the next areas:

- education: school enrollment, school performance and infrastructure;
- research and development: capital allocation, tertiary education, performance indicators;
- new business opportunities: new business registration, high-tech manufacturing, trademarks.

The fourth indicator evaluates the country's ability to support sustain economic growth in the form of rising prices in the global commodity markets. The resource intensity is measured by the next sub indexes, which determine the efficiency of the resource management system. The main investigating objects are:

- energy: fossil fuel, electricity, renewables;
- water: water per capita, water withdrawals rate, water productivity;
- raw materials: resources per capita, resources per GDP, resource balance.

The fifth group of the Global Stable Competitiveness Indicator selected to measure the social cohesion, which contain the sub indicators for estimating:

- health: health care availability, child mortality, family planning;
- equality: income equality, resource equality, gender equality;
- crime: theft, violent crime, prison population;
- freedom: press freedom, human rights, violent conflicts;
- satisfaction: individual happiness, suicide rate, public service satisfaction.

Figure 4 represents the stable competitiveness index for Ukraine.

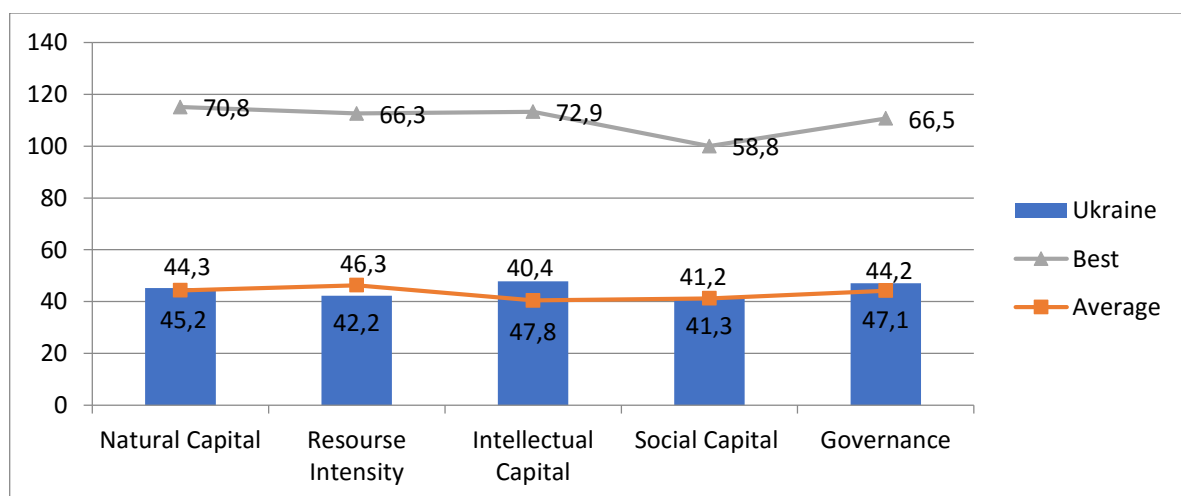


Figure 4. Ukraine in the global stable competitiveness rating

Source: developed by the authors on the basis of Global Stable Competitiveness Index, (2019).

The diagrams show the Ukraine's level linking with the best and average results. So, in the frame of the natural capital competitiveness score Ukraine has 80 rank among 180 countries and the index score on the level 45.2. Such indicator is higher, then the average level (44.3) and practically two times lower than the best result (70.8).

The resource intensity of the Ukrainian entrepreneurship sector is lower than the average level and 36% lower than the best Kenya's (66.3) result.

The next part of the Global Stable Competitiveness Index – Intellectual Capital is higher than the average score by 15%. In that frame Ukraine represents 35 rank among 180 countries.

In the frame of social capital competitiveness score Ukraine has 87 score and 41.3 rank. That is on the average level and lower than the best result by 30%.

The managerial efficiency competitiveness sub index for Ukraine is equal 47.1 score, that is lower than the average result (44.2) and retard from the best result by 20%.

Accordingly, to the carried out analyses Ukraine's national economy could not be characterized as stable and competitive economy which is determined by the high efficiency. The national system hasn't the relevant approaches and policies that enable and foster efficiency and green competitiveness.

It is necessary to create the preconditions for increasing the Ukraine stable competitiveness. In the framework of five main fields of the green competitiveness [10, 11] we propose the main spheres where the basic improvements should be provided.

1. Natural capital management:
 - creating the relevant legislation for the protection of natural biodiversity;
 - developing sustainable agriculture and green land management for restoring biodiversity;
 - protection and reforestation;
 - protection of waterways, funding of the water desalination facilities.
2. The intensity of the resource use.
 - Implementing the green accounting, green balance-sheets for all companies and economic activities with the goal of internalization of externalities. Introducing the polluter pays principle for all substances and activities. Environmental costs to the environment are factored into the expenses of all goods and services.
 - Developing the green taxation, reinvestment in renewable energy technologies and climate change impact mitigation.
 - Supporting the resource efficiency with the principles of the circular economy.
 - Promotion of organic food production.
3. Intellectual capital and innovation.
 - Providing the equal quality education, understanding the relevant requirements for the staff, developing vocational training.
 - Creating the national and regional economic development strategy supported by government policies, co-ordination, and incentives. Providing the incentives for the young and talented youth.
 - Building the environment that supports and rewards investment in research and development.
 - Limitation the power of monopoly entities.
4. Social cohesion and integration.
 - Providing the public health services for all, with additional private health services beyond the basics.
 - Integration the law enforcement in local communities and related services to prevent crime.
 - Supporting equal opportunities for all genders, races and minority groups.

- Implementation of the new models of employment and public participation in public services, supporting the robotics and artificial intelligence [12].
- 5. Governance system.
 - Building the efficient governance systems with clear shared obligations and responsibilities.
 - Supporting the direct democracy when society could also vote on legislation and policies.
 - The equal legal framework and judicial system.
 - Developing the financial markets and financial instruments to serve the green economy and green competitiveness.
 - Providing the simple equal tax regime for all companies and entities.
 - Funding the public services (health, education and infrastructure) by progressive income taxes.
 - Efficient and well-maintained transport infrastructure, and other public infrastructure (health, education, recreation).
 - Corruption prevention.
 - Balancing between the social, environmental and economic interests on the countries and companies' levels.

Conclusion. While summarizing the above mentioned, it is necessary to outline the main issues to be considered for supporting the green competitiveness trends. The important step is the updating the managerial system, facilitation of democracy processes and arrangement the legal equality. Besides, the real producing economy currently should provide money transfer and provision of capital for innovation, production, resource saving and environment protection. Also, the role of the state in the processes of supporting and promoting the green competitiveness processes is significant. The state position in infrastructure-based service provision in ensuring clear efficient management and prevention of corruption in public services should be developed. This research was funded by the grant from the Ministry of Education and Science of Ukraine No 0119U101860 and No 0117U003932.

References

1. Hidalgo C., Klinger B., Baraba' si A., Hausmann R. The product space conditions and the development of nations. *Science*. 2007. 317 (5837). P. 482–487. <https://doi.org/10.1126/science.1144581>
2. Hausmann R., Hidalgo C. The building blocks of economic complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2010. 106 (26). P. 10570–10575. <https://doi.org/10.1073/pnas.0900943106>
3. Fankhauser S., Bowen A., Calel R., Dechezleprêtre A., Grover D. Rydge J., Sato M. Who will win the green race? In search of environmental competitiveness and innovation. *Global Environmental Change*. 2013. Volume 23. Issue 5. P. 902–913. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.05.007>
4. Sang-Bing Tsai, Riga Saito, Yi-Chuan Lin, Quan Chen, Jie Zhou. Discussing measurement criteria and competitive strategies of green suppliers from a green law perspective. *Engineering Manufacture*. 2015. Vol. 229 (S1). P. 135–145. <https://doi.org/10.1177/0954405414558740>
5. Zhang H., Geng Z., Yin R., Zhang W. Regional differences and convergence tendency of green development competitiveness in China. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119922>.
6. Cheng X., Long R., Chen H., Li Q. Coupling coordination degree and spatial dynamic evolution of a regional green competitiveness system – A case study from China. *Ecological indicators*. 2019. 104. P. 489–500. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2019.04.003>
7. Mishenin Ye. V., Chyhryn O. Iu. Zelenyi biznes: suchasni trendy rozvytku ta shliakhy prosuvannia. Enerhoefektyvnist ta vidnovliuvalna enerhetyka v Ukraini: problemy upravlinnia: monohrafiia / za zah. red. d-ra ekon. nauk, prof. I. M. Sotnyk. Sumy, 2019. P. 14–28.
8. Pimonenko T., Chygryn O., Lyulyov O. Green branding as a driver to boost the development of green investment market. *Visnyk Cherkaskoho Natsionalnoho universytetu imeni Bohdana Khmelnytskoho. Seriiia Ekonomichni nauky*. 2019. Vypusk 1. P. 146–153. <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2019-1-144-150>

9. The global sustainable competitiveness index. 2019. Report. 8th edition. Zurich, Seoul.
10. Kamierczak-Piwko L., Ganczewski G. Energy mix of selected EU countries and ecological competitiveness of their economies in the area of production: proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference. IBIMA: Education Excellence and Innovation Management through Vision. 2019. P. 1911–1930. (In Engl.).
11. Chen S., Liao G., Drakeford B. M., Failler P. The non-linear effect of financial support on energy efficiency: Evidence from China. Sustainability. 2019. 11 (7). <https://doi.org/10.3390/su11071959>
12. Han M., Lin H., Wang J., Wang Y., Jiang W. Turning corporate environmental ethics into firm performance: The role of green marketing programs. Business Strategy and the Environment. 2019. 28 (6). P. 929–938. <https://doi.org/10.1002/bse.2290>

Список використаної літератури

1. Hidalgo C., Klinger B., Barabási A., Hausmann R. The product space conditions and the development of nations. Science. 2007. 317 (5837). P. 482–487. <https://doi.org/10.1126/science.1144581>
2. Hausmann R., Hidalgo C. The building blocks of economic complexity. Proceedings of the National Academy of Sciences. 2010. 106 (26). P. 10570–10575. <https://doi.org/10.1073/pnas.0900943106>
3. Fankhauser S., Bowen A., Cabel R., Dechezleprêtre A., Grover D., Rydge J., Sato M. Who will win the green race? In search of environmental competitiveness and innovation. Global Environmental Change. 2013. Volume 23. Issue 5. P. 902–913. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.05.007>
4. Sang-Bing Tsai, Riga Saito, Yi-Chuan Lin, Quan Chen, Jie Zhou. Discussing measurement criteria and competitive strategies of green suppliers from a green law perspective. Engineering Manufacture. 2015. Vol. 229 (S1). P. 135–145. <https://doi.org/10.1177/0954405414558740>
5. Zhang H., Geng Z., Yin R., Zhang W. Regional differences and convergence tendency of green development competitiveness in China. Journal of Cleaner Production. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119922>.
6. Cheng X., Long R., Chen H., Li Q. Coupling coordination degree and spatial dynamic evolution of a regional green competitiveness system – A case study from China. Ecological indicators. 2019. 104. P. 489–500. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2019.04.003>
7. Мішенін Є. В., Чигрин О. Ю. Зелений бізнес: сучасні тренди розвитку та шляхи просування. Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. Суми, 2019. С. 14–28.
8. Pimonenko T., Chygryn O., Lyulyov O. Green branding as a driver to boost the development of green investment market. Вісник Черкаського Національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія Економічні науки. 2019. Випуск 1. С. 146–153. <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2019-1-144-150>
9. The global sustainable competitiveness index. 2019. Report. 8th edition. Zurich, Seoul.
10. Kamierczak-Piwko L., Ganczewski G. Energy mix of selected EU countries and ecological competitiveness of their economies in the area of production: proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference. IBIMA: Education Excellence and Innovation Management through Vision. 2019. P. 1911–1930. (In Engl.).
11. Chen S., Liao G., Drakeford B. M., Failler P. The non-linear effect of financial support on energy efficiency: Evidence from China. Sustainability. 2019. 11 (7). <https://doi.org/10.3390/su11071959>
12. Han M., Lin H., Wang J., Wang Y., Jiang W. Turning corporate environmental ethics into firm performance: The role of green marketing programs. Business Strategy and the Environment. 2019. 28 (6). P. 929–938. <https://doi.org/10.1002/bse.2290>

BUSINESS, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 658.153

АНАЛІЗ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Галина Кошельок; Раїса Грінченко

Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна

Резюме. Розглянуто сутність аналізу грошових потоків як складової системи управління підприємством. Проведення аналізу грошових потоків дозволяє оцінити діяльність підприємства у минулому, нинішньому часі та може бути використано для планування й прогнозування грошових потоків у майбутньому. Доведено, що аналіз грошових потоків є необхідною умовою для прийняття ефективних управлінських рішень, він дозволяє визначити основні тенденції та закономірності розвитку підприємства. Зазначено, що аналіз грошових потоків доречно проводити виходячи з поставлених завдань, інформаційної бази та потреб користувачів. Для цього можна використовувати експрес-аналіз і поглиблений комплексний аналіз грошових потоків підприємства. Розкрито значення інформації про рух грошових коштів, тому що достовірна й об'єктивна інформація є важливим інструментом для внутрішніх і зовнішніх користувачів, котрі на її основі можуть оцінити фінансовий стан підприємства та прийняти певні управлінські рішення. Досліджено місце грошових коштів у формуванні оборотного капіталу як складової у його структурі. За результатами аналізу структури капіталу можна судити про ступінь ліквідності вкладення оборотних активів. Наведено практичні аспекти аналізу грошових потоків за допомогою запропонованих методів на прикладі акціонерного товариства. Визначено, що формування грошових потоків пов'язано зі станом розрахунків підприємства, запропоновано використовувати відповідну групу показників. Доведено, що для уникнення дефіциту або профіциту (надлишку) грошових коштів необхідно домогтися збалансованості обсягів позитивного та негативного потоків грошових коштів. Для аналізу попередження дефіцитного чистого потоку визначають наявність або відсутність касових розривів, для чого можуть бути використані такі показники: частота, тривалість, глибина касового розриву. Результати дослідження показали, що проведення аналізу грошових потоків підприємства дозволяє об'єктивно оцінити рівень ефективності управління фінансово-господарської діяльності підприємства, можливість його функціонувати у сучасних реаліях. Надано рекомендації щодо підвищення ефективності управління грошовими потоками.

Ключові слова: грошові потоки, інформаційна база, методи аналізу, інформаційне забезпечення аналізу, оборотний капітал, притік, відтік, управління.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.231

Отримано 10.04.2020

UDK 658.153

ANALYSIS OF CASH FLOWS IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

Halyna Koshelok; Raisa Hrinchenko

Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine

Summary. The essence of cash flow analysis as a component of enterprise management system is considered in the paper. Carrying out the cash flow analysis makes it possible to evaluate the past, present enterprise activity, and can be used for planning and forecasting the cash flows in future. It is proved that analysis of the cash flows is necessary for making effective management decisions, It allows to determine the main trends and patterns of enterprise development. It is noted that cash flow analysis is reasonable to carry out on the basis of tasks, information base and user needs. For this purpose it is possible to use express analysis and in-depth comprehensive analysis of the enterprise cash flows. The value of cash flow information is revealed, because reliable and objective information is an important tool for internal and external users, who can on its basis evaluate the financial enterprise status of the enterprise and make certain management decisions. The place of cash in the formation of working capital as a component in its structure is investigated. According to the capital structure analysis, we can estimate the degree of current assets investment liquidity. Practical aspects of cash flows analysis by means of the proposed methods on the example of the joint stock company are presented. It is determined that the cash flows formation is related to the state of the enterprise's calculations, and it is proposed to use the appropriate group of indicators. It is proved that in order to avoid cash deficit or profit (surplus) it is necessary to achieve balance of positive and negative cash flows. In order to analyze the net flow deficit prevention the availability or absence of cash gaps are determined. Such analysis can be carried out due to the following indicator: frequency, duration, cash gap depth. The results of the investigation showed that the analysis of the enterprise cash flows makes it possible to assess objectively the level of the enterprise financial and economic activity management efficiency, its ability to function in modern realities. Recommendations for improving the cash flow management effectiveness are provided.

Key words: cash flows, information base, methods of analysis, analysis information support, working capital, inflow, outflow, management.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.231

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. Одною з головних умов нормальної діяльності підприємства та його структурних підрозділів є забезпеченість коштами, оцінити яку дозволяє аналіз грошових потоків. Аналіз є важливою складовою процесу управління рухом грошових коштів, яка забезпечує якісне опрацювання інформації з метою подальшого прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень, прогнозування та планування грошових потоків [1, с. 209].

Ефективність проведеного аналізу впливає на ретроспективний розгляд результатів діяльності, ефективне впровадження дієвих рішень менеджменту та керівництва, а також на планування напрямків розвитку в майбутньому [2, с. 123]. Виходячи з цього можна зазначити, що аналіз руху грошових коштів є необхідною умовою ефективного управління грошовими потоками, які забезпечують фінансово-господарську діяльність підприємства. Проведення такого аналізу дозволяє оцінити ступень забезпеченості підприємства грошовими коштами, визначити джерела притоку та напрямки відтоку грошових коштів, а саме визначити платоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналізу грошових потоків підприємства розглянуто в багатьох роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, як Л. А. Бернстайн, Е. А. Хелферт, В. В. Ковальов, Г. В. Савицька, М. Д. Білик, І. О. Бланк, В. М. Боронос, О. М. Загородня, Л. О. Лігоненко, В. О. Подольська,

А. М. Поддєрьогін, Г. В. Ситник, І. В. Спільник, В. О. Яріш та багатьох інших. Ними зроблений значний внесок у формування теоретичної, методологічної бази аналізу та управління грошовими потоками. В роботах розглянуто питання організації грошових потоків, змісту звіту про рух грошових коштів, особливості прямого й непрямого методів формування інформації, систематизації основних елементів управління грошовими потоками, системи аналізу грошових потоків. Проте, методика проведення аналізу грошових потоків потребує удосконалення та апробації її на конкретних даних, наведених у фінансовій звітності підприємства.

Метою дослідження є вивчення теоретичних і практичних аспектів аналізу грошових потоків як складової системи управління діяльністю підприємства.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: встановити роль аналізу грошових потоків як складової системи управління підприємством; означити місце грошових потоків у формуванні оборотного капіталу підприємства; розкрити та проаналізувати джерела інформації, що забезпечують проведення аналізу грошових потоків підприємства; провести аналіз грошових потоків за допомогою певних методів; надати рекомендації щодо підвищення ефективності управління грошовими потоками підприємства.

Для вирішення поставлених завдань було використано загальнонаукові методи пізнання та спеціальні методи дослідження: абстрактно-логічний, системний аналіз, графічний, табличний методи й групування, горизонтальний, вертикальний, коефіцієнтний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Грошові кошти підприємства виступають важливою складовою частки оборотних активів, від ефективності використання яких залежить розмір прибутку, що отримує підприємство. Управління грошовими активами постійно знаходиться у розпорядженні підприємства, що є часткою функцій загального управління оборотним капіталом.

Під аналізом грошових потоків підприємства розуміють процес дослідження системи показників, їх формування на підприємстві, виявлення основних тенденцій та закономірностей з метою з'ясування резервів подальшого підвищення ефективності управління ними [3, с. 95].

Аналіз грошових потоків підприємства базується на використанні даних бухгалтерської фінансової звітності, яка складається із балансу (Звіт про фінансовий стан), звіту про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), звіту про рух грошових коштів (за прямим і непрямим методами), приміток до річної фінансової звітності.

Звіт про рух грошових коштів служить невід'ємною частиною фінансової звітності, прямо або побічно відбиває грошові надходження підприємства з класифікацією за основними джерелами та грошові виплати з класифікацією за основними напрямками використання протягом періоду за видами діяльності (операційна, інвестиційна, фінансова), відображає якість управління ресурсами підприємства, містить додаткову інформацію про фінансовий стан підприємства, що неможливо отримати із інших джерел звітності.

Уніфікованість і достовірність фінансової звітності впливає на ефективність прийнятих рішень, особливо у частині управління грошовими потоками.

Для зовнішніх користувачів даний звіт є значимим, тому що він є джерелом інформації про ліквідність, платоспроможність, фінансову гнучкість підприємства, з яким вони співпрацюють або будуть працювати у майбутньому.

Варто зазначити, що розпочати аналіз грошових потоків доцільно, виходячи з поставлених завдань і інформаційної бази. Для цього використовують експрес-аналіз і поглиблений комплексний аналіз грошових потоків підприємства.

Експрес-аналіз грошових потоків базується на визначенні типових ознак, які дають можливість швидко і доволі точно визначити характер процесів, що відбуваються, не виконуючи глибоких досліджень, які потребують додаткового часу і засобів. Поглиблений аналіз – це глибоке комплексне дослідження з широким набором аналітичних показників, що вивчаються [4, с. 127].

Експрес-аналіз проводиться за даними фінансової звітності, орієнтований на зовнішніх користувачів і включає до свого складу чотири етапи (таблиця 1).

Детальніше зупинимося на проведенні комплексного аналізу за допомогою грошових потоків підприємства. Комплексний аналіз у сучасних умовах орієнтований на взаємопов'язане вивчення всіх існуючих умов реалізації бізнесу, всіх його сторін, сегментів і підрозділів. Він повинен сприяти розробленню нових управлінських рішень, економічно їх обґрунтовувати та слугувати базою оперативного, тактичного та стратегічного планування.

У роботі Т. А. Черніченко і Л. В. Вітківської запропоновано проведення комплексного аналізу грошових потоків, який складається з п'яти етапів (рисунок 1):

Таблиця 1. Етапи проведення експрес-аналізу (побудовано авторами)

Table 2. Stages of rapid analysis (developed by the authors)

Етапи	Зміст етапів
I етап	Перевірка фінансової звітності за формальними та якісними ознаками, наявність форм фінансової звітності, коротка характеристика об'єкту дослідження.
II етап	Відбір показників, найістотніших у діяльності підприємства, визначення змін, що мали місце в господарській діяльності.
III етап	Розрахунок і оцінювання відібраних показників для характеристики фінансового стану.
IV етап	Здійснення висновків і розроблення пропозицій.

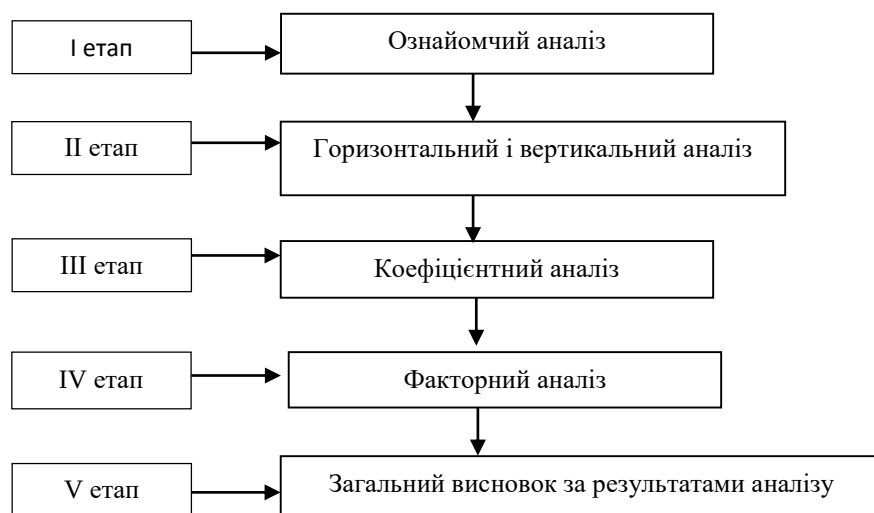


Рисунок 1. Комплексний аналіз грошових потоків підприємства (складено авторами за даними [5, с. 97])

Figure 1. Comprehensive analysis of the enterprise cash flows (developed by the authors according to [5, с. 97])

У роботі І. О. Бланка наведено системи аналізу грошових потоків, що включають: горизонтальний фінансовий аналіз; вертикальний фінансовий аналіз; порівняльний фінансовий аналіз; аналіз фінансових коефіцієнтів; інтегральний фінансовий аналіз [6, с. 156].

Але на думку авторів дослідження дана система аналізу грошових потоків може бути доповнена та включати:

1. Статистичні методи, які містять:
 - відсотки, що можуть бути використані для характеристики питомої ваги грошових потоків структурних підрозділів у їх загальній сумі, рівня динаміки грошових потоків;
 - графічний спосіб, який відіграє важливу роль при проведенні візуальної, оперативної, комплексної оцінки грошових потоків;
 - коефіцієнти кореляції, для оцінювання, синхронності, рівномірності, збалансованості, ризиків грошових потоків.
2. Балансовий метод використовується для визначення грошових коштів на кінець року.
3. Метод аналізу й оброблення сценаріїв дозволяє проводити багатоваріантний ситуаційний аналіз системи управління грошовими потоками підприємства для прогнозування ймовірних варіантів розвитку ситуації.
4. Методи багатфакторного аналізу використовуються для прогнозування грошових потоків, визначення ефективності управління ними.
5. Факторний аналіз, що використовується для визначення впливу певних факторів на результативний показник.

Автори роботи [7, с. 70], зазначають, що розпочинати аналіз грошових потоків доцільно із загального оцінювання динаміки залишків грошових коштів та чистого руху грошових коштів за ряд періодів, що дає змогу оцінити тенденції та закономірності їх зміни й рівня абсолютної ліквідності підприємства. Але, на нашу думку, дані показники можуть бути доповнені наступним показником – прибуток до оподаткування, який допомагає з'ясувати взаємозв'язок між цими показниками. Результати розрахунків наведено в таблиці 2.

Таблиця 2. Динаміка залишку грошових коштів, чистого грошового потоку та прибутку до оподаткування ПАТ «Аграрний фонд» за 2013–2018 рр. (розраховано авторами за даними [8])

Table 2. Dynamics of cash balance, net cash flow and profit before taxation at PJSC «Agrarian Fund» during 2013–2018 pp. (calculated by the authors according to [8])

Показники	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середній залишок грошових коштів, тис. грн.	116303	1494234	1849537	901143	850398	711537
Чистий грошовий потік, тис. грн.	232606	2402330	-2353716	29333	194778	-238728
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	93858	799004	329901	130844	119371	179320

Результати аналізу показують, що за останні шість років товариство має прибуток до оподаткування, але варто зазначити, що відсутня чітка тенденція за цим показником, така ж тенденція спостерігається з середнім залишком грошових коштів підприємства. Проте, в результаті господарської діяльності в 2015 і 2018 роках підприємство має від'ємний чистий грошовий потік, що свідчить про перевищення витрат підприємства над знаходженнями.

Наступним кроком може бути характеристика ролі грошових потоків у формуванні оборотного капіталу підприємства. Згідно з НП(С)БО 1 термін «оборотний капітал» є ширшим, ніж «оборотні кошти», включаючи елемент «поточні фінансові інвестиції». У більшості українських підприємств відсутні поточні фінансові інвестиції, тому на практиці ці терміни ототожнюють. Наприклад, на думку А. М. Поддєрьогіна, терміни «оборотні кошти» і «оборотний капітал» тотожні, він вважає, що це – «кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди й у фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку» [9, с. 16]. Оборотний капітал підприємства знаходиться у II розділі балансу та отримав назву «оборотні активи».

Для оцінювання динаміки оборотних коштів статті активу балансу можна згрупувати в окремі специфічні групи. На теперішній час однозначного групування за статтями балансу не існує. Так, В. І. Осипов, склад елементів розміщення оборотних коштів поділяє в розрізі 5 груп: товарно-матеріальні цінності, товари відвантажені і надані послуги, дебітори, грошові кошти, інші оборотні кошти [10, с. 340]. Автор роботи зазначає, що до грошових коштів відносяться кошти у касі підприємства та на його рахунках у банку. Але він не враховує такий елемент, як поточні фінансові інвестиції, які відносяться до еквівалентів грошових коштів.

Еквіваленти грошових коштів – короткотермінові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошових коштів і які характеризуються незначним ризиком зміни їх вартості.

На думку В. О. Подольської оборотні активи варто згрупувати за ознакою ліквідності [11, с. 98] (таблиця 3).

Таблиця 3. Групування оборотних активів залежно від рівня їх ліквідності (складено авторами)

Table 3. Grouping of current assets depending on their liquidity level (developed by the authors)

№ з/п	Показники	Код рядка балансу	Ступінь ліквідності
1	Грошові кошти та їх еквіваленти	1160, 1165	високоліквідні
2	Кошти у розрахунках	1130, 1130, 1155, 1190,	середньоліквідні
3	Запаси та витрати	1100, 1170	низьколіквідні
4	Всього оборотних активів	1195	–

Структура оборотних коштів відображає фінансовий стан підприємства на дату складання звітності й свідчить про рівень комерційної та фінансово-економічної роботи.

Для підприємства доцільно проводити аналіз за складом, динамікою та структурою оборотних активів (таблиця 4). Динаміку оборотних активів наочно можна побачити на рисунку 3.

Таблиця 4. Аналіз оборотних активів за елементами ліквідності ПАТ «Аграрний фонд» за 2016–2018 рр. на кінець року, тис. грн. (складено авторами за даними [8])

Table 4. Analysis of current assets by liquidity elements at PJSC «Agrarian Fund» during 2016–2018, at the end of the year, thousand UAH, (developed by the authors according to the data [8])

Показники	Роки			Відхилення (+, -) від			
				2017 до 2016 року		2018 до 2017 року	
	2016	2017	2018	у сумі	у %	у сумі	у %
Запаси та витрати	2684104	2494457	3576842	-189647	-7,1	1082385	43,4
Кошти у розрахунках	2195827	3444650	3998310	1248823	56,9	553660	16,1
Грошові кошти та їх еквіваленти	862565	841723	581351	-20842	-2,4	-260372	-30,9
Оборотні активи	5742496	6780830	8156503	1038334	18,1	1375673	20,3

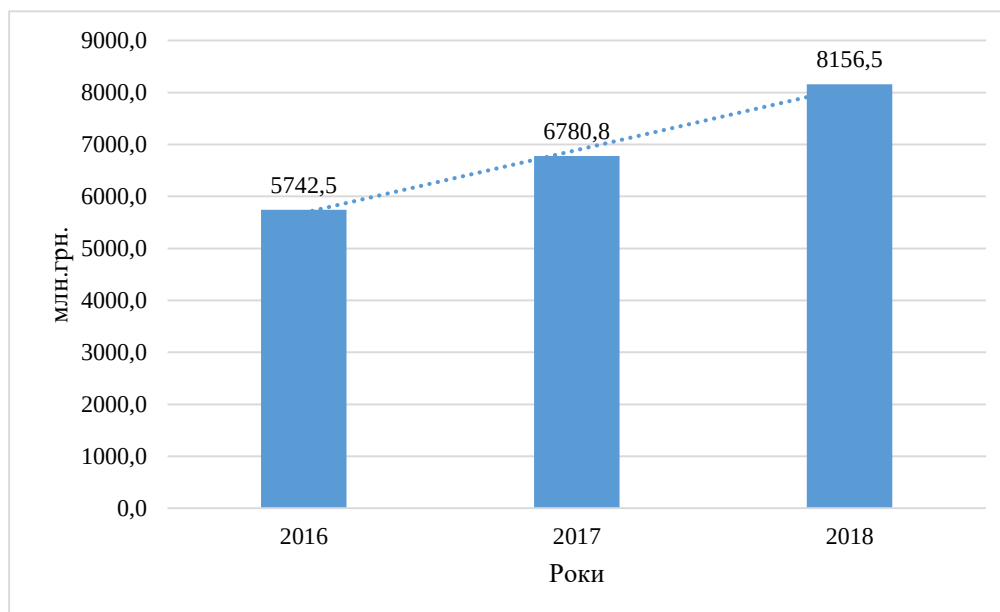


Рисунок 3. Динаміка оборотних активів ПАТ «Аграрний фонд» за 2016–2018 рр.
(побудовано авторами за даними [8])

Figure 3. Dynamics of current assets at PJSC «Agrarian Fund» during 2016–2018
(developed by the authors according to the data [8])

За даним таблиці 4 і рисунка 3 бачимо, що на кінець 2018 р. підприємство володіло оборотними активами вартістю 8156503 тис. грн. Порівняно з 2017 р. вартість зросла на 1375673 тис. грн. або на 20,3%, а у 2017 р. порівняно з 2016 р. – на 1038334 тис. грн., або на 18,1%. Тобто останнім часом товариство розширює обсяги своєї діяльності. Зростання активів у 2018 році порівняно з 2017 пов'язано зі зростанням запасів та витрат і дебіторської заборгованості. У цілому можна зазначити, що за період, який досліджується оборотні активи мали стійку тенденцію до зростання. За три останні роки вартість оборотних активів зросла на 42%.

Зростання дебіторської заборгованості є причиною відволікання з обороту грошових коштів і виникнення ризику зниження платоспроможності. Аналіз структури оборотних активів товариства наведено в таблиці 5.

Таблиця 5. Аналіз структури оборотних активів за елементами ліквідності
ПАТ «Аграрний фонд» за 2016–2018 рр. (складено авторами за даними [8])

Table 5. Analysis of the current assets structure by liquidity elements at
PJSC «Agrarian Fund» during 2016–2018 (developed by the authors according to the data [8])

Показники	Роки			Відхилення (+, -) від	
	2016	2017	2018	2017 до 2016 року	2018 до 2017 року
Запаси та витрати	46,7	36,8	43,9	-10,0	7,1
Кошти у розрахунках	38,2	50,8	49,0	12,6	-1,8
Грошові кошти та їх еквіваленти	15,0	12,4	7,1	-2,6	-5,3
Оборотні активи	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0

Розглядаючи структуру оборотних активів, можна зазначити, що найбільшу питому вагу станом на кінець 2018 р. займають середньоліквідні активи, тобто дебіторська заборгованість, яка склала 49%, у 2017 р. – 50,8%, у 2016 р. – 38,2%. Найменшу питому вагу складають високоліквідні активи – сума грошових коштів і їх еквівалентів з 2016 до 2018 року знизилася з 15% до 7,1%. Така частка грошових коштів

підвищує ефективність використання грошового капіталу. Але зростання частки дебіторської заборгованості призвело до зниження ліквідності балансу. Тому керівництву товариства варто оптимізувати договірну політику та проводити заходи щодо інкасації дебіторської заборгованості. За три останні роки у структурі оборотних активів товариства сталися структурні зрушення.

Загальне оцінювання цих зрушень можна отримати, використовуючи квадратичний коефіцієнт структурних зрушень ($K_{сз}$) за формулою:

$$K_{сз} = \sqrt{\frac{\sum(V_1 - V_2)^2}{n}}, \quad (1)$$

$$0 \leq K_{сз} \leq 1, \quad (2)$$

V_1 V_2 – частка окремих елементів структури в звітному та базисному періодах;

n – кількість елементів структури.

Чим ближче значення коефіцієнта до 1, тим суттєвіші зміни у структурі явища, що вивчається. Для досліджуваного товариства квадратичний коефіцієнт склав 7,9%. Тобто, в середньому частка кожного елементу оборотного капіталу товариства за 2016–2018 роки змінилася на 7,9% у бік збільшення або зменшення. Отримане значення квадратичного коефіцієнта свідчить про несуттєві зрушення.

Формування грошових потоків пов'язано зі станом розрахунків підприємства. Основні показники, що характеризують стан розрахунків підприємства наведено у таблиці 6.

Таблиця 6. Аналіз показників, що характеризують стан розрахунків ПАТ «Аграрний фонд» за 2016–2018 рр. (складено авторами за даними [8])

Table 6. Analysis of indicators characterizing the calculations state at PJSC «Agrarian Fund» during 2016–2018 (developed by the authors according to the data [8])

Показники	Роки			Відхилення (+, -) від			
				2017 до 2016 року		2018 до 2017 року	
	2016	2017	2018	у сумі	у %	у сумі	у %
Середньорічна дебіторська заборгованість, тис. грн.	2598963	2820238,5	3721480	221275,5	8,5	901241,5	32,0
Середньорічна кредиторська заборгованість, тис. грн.	195381,5	128338,5	426648	-67043	-34,3	298309,5	232,4
Співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості	13,302	21,975	8,723	8,673	65,2	-13,252	-60,3
Середньорічний залишок грошових коштів та їх еквівалентів, тис. грн.	902889	852144	711537	-50745	-5,6	-140607	-16,5
Притік грошових коштів, тис. грн.	3363870	7059081	10451352	3695211	109,8	3392271	48,1
Відтік грошових коштів, тис. грн.	3334537	6864303	10690080	3529766	105,9	3825777	55,7
Чистий грошовий потік, тис. грн.	29333	194778	-238728	165445	564,0	-433506	x
Коефіцієнт ліквідності грошового потоку	1,009	1,028	0,978	0,020	1,9	-0,051	-4,9
Коефіцієнт ефективності грошового потоку	0,009	0,028	-0,022	0,020	222,6	-0,051	x

Дебіторська заборгованість перевищує кредиторську у 2017 році порівняно з 2016 на 65,2%, проте як у 2018 році порівняно з 2017 спостерігається зниження перевищення дебіторської над кредиторською заборгованістю на 60,3%. Це свідчить про відволікання грошових коштів із господарської діяльності підприємства. Тому підприємству необхідно проводити заходи щодо покращення використання грошових ресурсів.

Варто зазначити, якщо грошові надходження нижчі грошових витрачань, то підприємство має дефіцит грошових коштів. Перевищення грошових надходжень над грошовими витрачаннями свідчить про профіцит (надлишок) грошових коштів на підприємстві (рисунок 4).

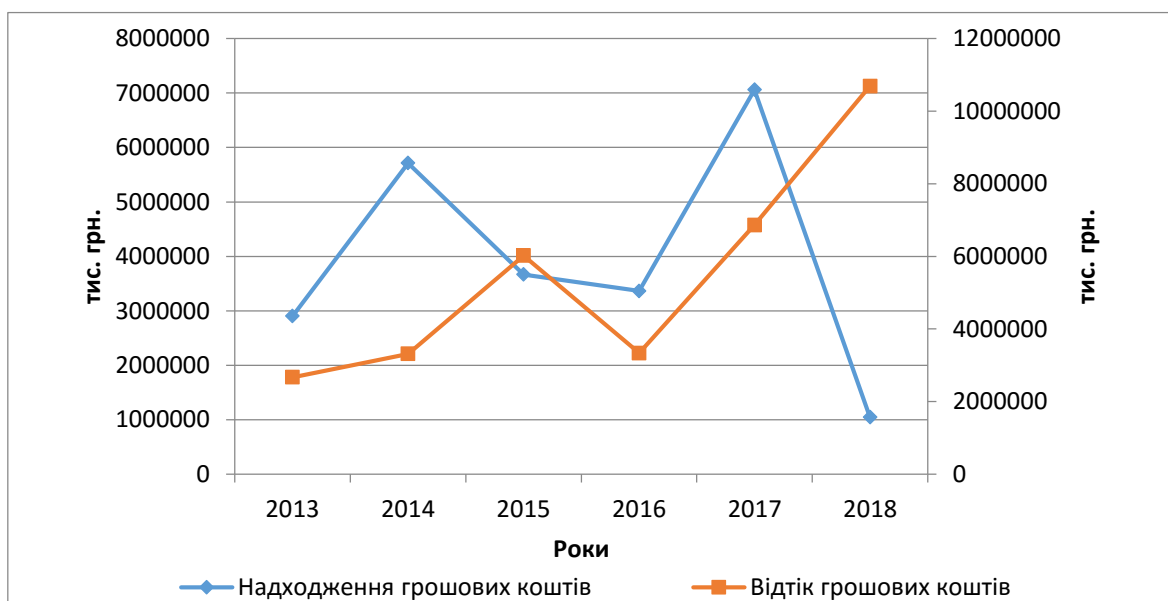


Рисунок 4. Динаміка синхронізації грошових потоків ПАТ «Аграрний фонд» за 2013–2018 рр., тис. грн., (побудовано авторами за даними [8])

Figure 4. Dynamics of cash flow synchronization at PJSC «Agrarian Fund» during 2013–2018, ths. UAH (developed by the authors according to the data [8])

Тому підприємство повинно постійно проводити моніторинг рівномірності та синхронності формування грошових потоків від різних видів діяльності. Для цього розраховують такі показники: середньоквадратичне відхилення, коефіцієнт варіації і коефіцієнт кореляції. Формули розрахунків наведено у роботі [12, с. 526–527].

Наочно ми бачимо, що грошові потоки не синхронізовані, про це свідчить і коефіцієнт кореляції, який дорівнює 0,323.

Для уникнення дефіциту або профіциту (надлишку) грошових коштів насамперед необхідно домогтися збалансованості обсягів позитивного та негативного потоків грошових коштів, оскільки і дефіцит, і надлишок грошових ресурсів негативно впливає на результати господарської діяльності. Так, при дефіцитному грошовому потоці знижується ліквідність і рівень платоспроможності підприємства, що призводить до зростання простроченої заборгованості підприємства за кредитами банку, постачальникам, персоналу з оплати праці (з відповідним зниженням рівня продуктивності праці персоналу), збільшення тривалості фінансового циклу.

Для аналізу попередження дефіцитного чистого грошового потоку визначають наявність або відсутність касових розривів. Касовий розрив – нетривале перевищення негативного грошового потоку над позитивним грошовим потоком. Кожне підприємство може стикаються з такою ситуацією, тому що ідеальна синхронізація відсутня. Тому можна використовувати такі показники: частота, тривалість, глибина касового розриву. Частота відображає періодичність виникнення касового розриву або кількість таких розривів за певний період часу. Тривалість касового розриву показує час за який підприємство не може раціонально використовувати грошові кошти, що негативно відображається на його господарській діяльності. Глибина касового розриву – сума нестачі грошових коштів за конкретний момент часу.

Варто зазначити, що існує певний взаємозв'язок між частотою, тривалістю й глибиною касового розриву. Наочно це наведено на рисунку 5.

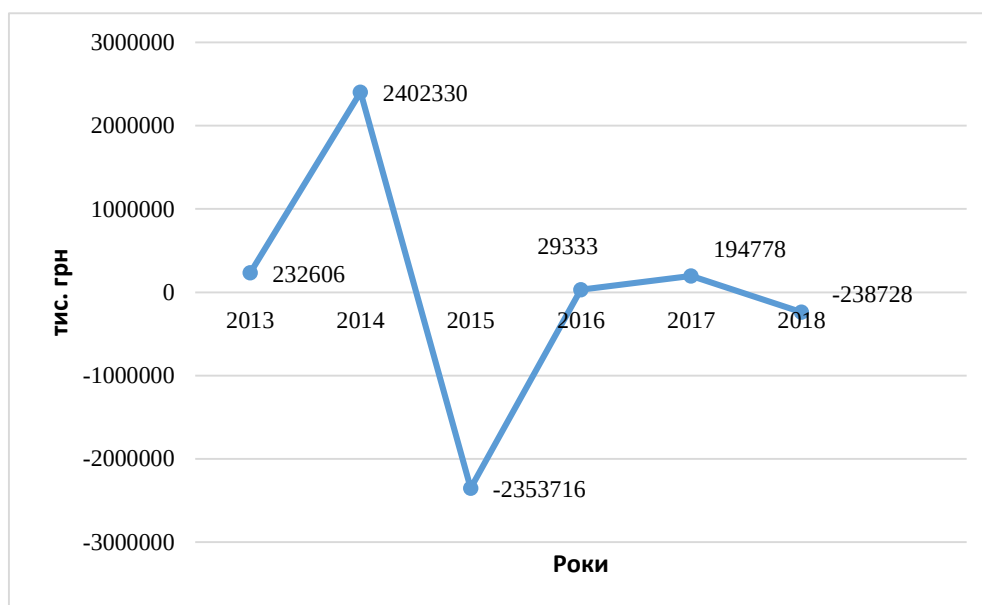


Рисунок 5. Динаміка чистого грошового потоку ПАТ «Аграрний фонд» за 2013–2018 рр., тис. грн.
(побудовано авторами за даними)

Figure 5. Dynamics of PJSC «Agrarian Fund» net cash flow during 2013–2018, ths.
(developed by the authors according to the data)

Можна розраховувати коефіцієнт сили касового розриву та порівняти його з аналогічними показниками попередніх періодів.

Сила касового розриву (S) розраховується за формулою 3 [13, с. 73]:

$$S = n * t, \quad (3)$$

де n – кількість касових розривів за певний період;

t – середня тривалість одного касового розриву за певний період.

Дане підприємство протягом аналізованого періоду має два касові розриви в 2015 і 2018 роках. Тривалість кожного розриву характеризується одним роком. Глибина касового розриву в 2015 році більша, ніж в 2018 році, майже в 10 разів.

На діяльності підприємства негативним чином позначається як надлишковий, так і дефіцитний характер чистого грошового потоку [7, с. 73]. Виділяють дві головні причини виникнення дефіциту або надлишку грошових коштів підприємства: зовнішні

й внутрішні. Зовнішні, безпосередньо не залежать від діяльності підприємства, проте як і внутрішні виникають всередині нього, притаманні тільки йому та зумовлені специфікою його діяльності.

Якщо за результатами своєї діяльності підприємство має дефіцитний грошовий потік, то це призводить до зниження платоспроможності, ліквідності, несвоєчасного погашення кредиторської заборгованості перед контрагентами та бюджетом, невчасної виплати заробітної плати, що може призвести до зниження продуктивності праці, отримання штрафних санкцій за недотримання термінів оплати.

Надлишковий залишок грошових коштів спричиняє певну загрозу підприємству через вплив інфляції, що свідчить про його недостатню фінансову гнучкість при проведенні своєї інвестиційно-фінансової політики.

Висновки. Неможливо управляти грошовими коштами без проведення їх аналізу. Аналіз проводиться на основі достовірної фінансової звітності, яка дає можливість оцінювати ефективність використання грошових потоків у контексті минулих подій фінансово-господарської діяльності підприємства. Для вирішення стратегічних завдань управляючої системи необхідні відомості про майбутні грошові потоки підприємства, тобто їх прогностичні значення. Грошові потоки займають значне місце у формуванні оборотного капіталу, що забезпечує підтримання ліквідності та платоспроможності підприємства на достатньому рівні. Результати проведеного аналізу показали, що ПАТ «Аграрний фонд» має певні проблеми при управлінні грошовими потоками, а саме касові розриви в окремі роки та відволікання грошових коштів із господарського обороту. Перспективи подальших розробок будуть направлені на вивчення методів багатофакторного аналізу та використання для проведення аналізу на основі грошових потоків.

Conclusions. Thus, it is impossible to control cash without analyzing them. The analysis is carried out on the basis of reliable financial report, which makes it possible to evaluate the efficiency of cash flows use in the context of past events of the enterprise financial and economic activity. In order to solve the strategic problems of the management system, information about the future enterprise cash flows, that is, their forecast values, is required. Cash flows play significant role in the working capital formation, providing the enterprise liquidity and solvency maintenance at sufficient level. The results of the carried out analysis showed that PJSC «Agrarian Fund» has certain problems in cash flows management, such as cash gaps during certain years and diversion of cash from economic turnover. The prospects for further developments will be focused on the investigation of multivariate analysis methods and their application for cash flow analysis.

Список використаної літератури

1. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / за заг. ред. В. М. Бороноса. Суми: Вид-во СумДУ, 2012. 539 с. URL: <http://fin.fem.sumdu.edu.ua/uk/finman2012.html> (дата звернення: 20.03.2020).
2. Піскунова Н. О. Удосконалення науково-методичного обґрунтування аналізу грошових потоків підприємств. Економічний аналіз. 2016. Том 25. № 2. С. 122–131.
3. Лігоненко Л. О., Ситник Г. В. Управління грошовими потоками: навч. посібник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 255 с.
4. Ясишена В. В. Теоретичні аспекти аналізу грошових потоків підприємств. Економічний простір. 2008. № 16. С. 123–131.
5. Черниченко Т. А., Витковская Л. В. Метод оптимизации денежных потоков организации. Экономический журнал. 2012. № 25. С. 97–100.
6. Бланк И. А. Управление денежными потоками. К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. 736 с.
7. Спільник І., Загородна О. Грошові потоки підприємства: комплексний аналіз за даними фінансової звітності. Міжнародний науковий журнал. 2017. Вип. 1–2. С. 67–85.
8. Сайт ПАТ «Аграрний фонд». URL: <http://agrofond.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2020).

9. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін. Фінанси підприємств: підручник. 5-те вид., перероб. та допов. К.: КНЕУ, 2004. 546 с.
10. Осипов В. И. Экономика предприятия: учебник. Одесса: «МАЯК», 2005. 720 с.
11. Подольська В. О., Яріш В. О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2007. 488 с.
12. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. 3-те вид., випр. і доп. К.: Знання, 2007. 668 с.
13. Кокин А. С., Покровский Н. Ю. Методика анализа чистого денежного потока в условиях дефицита денежных средств. Аудит и финансовый анализ. 2010. № 3. URL: http://auditfin.com/fin/2010/3/03_07.pdf (дата звернення: 20.03.2020).

References

1. Finansovyy menedzhment: navchalnyy posibnyk. Financial management / za zagh. red. V. M. Boronosa. Sumy: Vyd-vo SumDU, 2012. URL: <http://fin.fem.sumdu.edu.ua/uk/finman2012.html> (data zvernennja: 20.03.2020).
2. Piskunova N. O. Udoskonalennja naukovo-metodychnogho obgruntuvannja analizu ghroshovykh potokiv pidpryjemstv. Improvement of scientific and methodological substantiation of the analysis of cash flows of enterprises. Ekonomichnyj analiz. 2016. Tom 25. № 2. P. 122–131. [In Ukrainian].
3. Lighonenko L. O., Sytnyk Gh. V. Upravlinnja ghroshovymy potokamy. Cash flow management: navch. posibnyk. K.: Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t, 2005. 255 p. [In Ukrainian].
4. Jasyshena V. V. Teoretychni aspekty analizu ghroshovykh potokiv pidpryjemstv. Theoretical aspects of the analysis of cash flows of enterprises. Ekonomichnyj prostir. 2008. No. 16. P. 123–131. [In Ukrainian].
5. Chernichenko T. A., Vitkovskaya L. V. Metod optimizatsii denezhnykh potokov organizatsii. Method of optimization of cash flows of the organization. Ekonomicheskij zhurnal. 2012. No. 25. P. 97–100. [In Russian].
6. Blank I. A. Upravlenie denezhnymi potokami. Cash flow management. K.: Nika-Tsentr, El'ga, 2012. P. 736. [In Russian].
7. Spiljnyk I., Zaghorodna O. Ghroshovi potoky pidpryjemstva: kompleksnyj analiz za danymy finansovoji zvitnosti. Enterprise cash flows: a comprehensive analysis of financial statements. Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal. 2012. Vol. 1–2. P. 67–85. [In Ukrainian].
8. Sajt PAT «Aghrarnyj fond». URL: <http://agrofond.gov.ua/> (data zvernennja: 20.03.2020). [In Ukrainian].
9. Poddjergoghin A. M., Bilyk M. D., Burjak L. D. ta in. Finansy pidpryjemstv. Business finance: pidruchnyk. 5-te vyd., pererob. ta dopov. K.: KNEU, 2004. 546 p. [in Ukrainian].
10. Osipov V. I. Ekonomika predpriyatiya. Enterprise economy: uchebnyk. Odessa: «MAYaK», 2005. P. 720. [In Russian].
11. Podoljsjka V. O., Jarish V. O. Finansovyy analiz. Financial analysis: navch. posib. K.: CUL, 2007. 488 p. [In Ukrainian].
12. Savycjka Gh. V. Ekonomichnyj analiz dijaljnosti pidpryjemstva. Economic analysis of the enterprise: navch. posib. 3-te vyd., vypr. i dop. K.: Znannja, 2007. 688 p. [In Ukrainian].
13. Kokin A. S., Pokrovskiy N. Yu. Metodika analiza chistogo denezhnogo potoka v usloviyakh defitsita denezhnykh sredstv. The methodology for the analysis of net cash flow in conditions of cash shortage. Audit i finansovyy analiz. 2010. No. 3. URL: http://auditfin.com/fin/2010/3/03_07.pdf. (data zvernennja: 20.03.2020). [In Russian].

УДК 338.23:316.4

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Вікторія Стеценко; Юлія Березова

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Резюме. Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність є метрикою того, наскільки добре підприємство взаємодіє з партнерами, працівниками, громадами, як на місцевому, так і на глобальному рівні. Підтримка загального соціального блага стає для більшості компаній важливою метою діяльності. Підприємства, які дотримуються засад корпоративної соціальної відповідальності, використовують власні ресурси на користь суспільства, надають моральну та фінансову підтримку тим, хто цього найбільше потребує, допомагають у вирішенні проблем, які не в змозі вирішити органи влади. Всі сили та фінансові ресурси нині покладені на боротьбу з Covid-19. Кількість жертв збільшується щодня, карантинні заходи зупинили діяльність багатьох галузей економіки, люди залишилися без джерела доходу, зменшилася купівельна спроможність населення. Пандемія вплинула на попит, пропозицію та на спроможність компаній доставляти товари на ринок. Підприємства повинні швидко реагувати на ці зміни, щоб задовольнити потреби населення і уникнути дефіциту на товари першої необхідності. Багато вітчизняних підприємств малого бізнесу, через збитки завдані карантинними заходами, не зможуть повернутися до своєї роботи. Складно точно оцінити наслідки Covid-19, адже немає сектору економіки, який би був поза межами руйнівного впливу епідемії. Органи влади взяли на себе зобов'язання не допустити поширення вірусу, але без допомоги підприємств, зокрема, фінансової, подолати епідемію неможливо. Стаття присвячена дослідженню ролі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у подоланні світової пандемії. Розглянуто сутність, історію виникнення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» та основні підходи до формування КСВ на підприємстві. Досліджено наслідки впливу пандемії на стан світової та української економіки. Проаналізовано досвід найбільших іноземних компаній у реалізації соціально орієнтованих заходів у боротьбі з пандемією. На основі отриманих результатів досліджень, було надано пропозиції щодо визначення ролі корпоративних соціальних підприємств у подоланні епідемії в Україні.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність українських підприємств, бізнес під час пандемії.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243

Отримано 10.04.2020

UDC 338.23:316.4

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES IN THE PANDEMIC CONDITIONS

Victoriia Stetsenko; Yuliia Berezova

National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine

Summary. At present corporate social responsibility is the metrics of company interaction with partners, staff, citizens at local and global level. The support of the common social welfare is becoming an important activity target for most businesses. Companies which follow the principles of corporate social responsibility, use their own resources for the benefit of society, provide moral and financial support to those who need, assist in solving the problems that can not be solved by the authorities. Nowadays all efforts and financial resources are focused on the fight against Covid-19. The number of casualties increases every day, quarantine measures have interrupted many economy sectors operation, people stay without earning sources, and the purchasing power of the population

has decreased. The pandemic affected the demand, supply and companies ability to deliver goods to the market. Companies should quickly respond to these changes in order to meet the population needs and avoid essential goods shortage. Many national small business enterprises, due to losses caused by quarantine measures, will not be able to return to their work. It is difficult to assess accurately Covid-19 impact, as there is no economy sector that is beyond the devastating epidemic effect. The authorities commit themselves to prevent the virus spread, but is impossible to overcome the epidemic without companies assistance, particularly financial one. The paper deals with the investigation of corporate social responsibility (CSR) role in overcoming the global pandemic. The essence, history of «corporate social responsibility» concept and main approaches to CSR development at the enterprise are considered. The consequences of pandemic impact on the global and Ukrainian economies are investigated. The experience of the largest foreign companies in the implementation of socially-oriented activities in the fight against the pandemic is analysed. Based on the obtained investigation results proposals concerning the corporate social enterprise role in overcoming the epidemic in Ukraine are given.

Key words: corporate social responsibility, social responsibility of Ukrainian enterprises, business during the pandemic.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність дає можливість іноземним та вітчизняним підприємствам успішно розвиватися в сучасному бізнес-середовищі, бути конкурентоспроможними на світовому ринку й ефективно використовувати власні можливості для допомоги у вирішенні локальних і глобальних проблем людства.

Пандемія забирає людські життя, завдає збитків бізнесу, заважає законотворчим процесам у країні. Діяльність закладів громадського харчування, торговельно-розважальних центрів, фітнес-центрів, закладів культури, закладів торговельного та побутового обслуговування населення забороняється у відповідності до законодавства, тому власники і працівники залишилися без джерела доходу. В умовах пандемії кількість соціальних програм скорочується і головною метою діяльності всіх підприємств стає збереження бізнесу, виконання основних функцій: виготовлення товарів, забезпечення населення робочими місцями, поповнення бюджету держави, задоволення потреб споживачів.

Зміни курсу валют, зменшення або відсутність прибутку, низька купівельна спроможність населення, обмеження діяльності карантинними заходами – умови які не дозволяють підприємствам нормально функціонувати і розвиватися. Досвід інших держав показав, що для подолання епідемії необхідне об'єднання сил та ресурсів виробників, держави та населення.

Сучасна ситуація в світі викликає необхідність розроблення заходів для об'єднання зусиль вітчизняних соціально відповідальних підприємств у боротьбі із загрозою Covid-19.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності підприємств описані в дослідженнях таких іноземних вчених, як А. Берле, Г. Боуена, М. Веласкеса, А. Керолла, Ф. Котлера, Г. Мінза, К. Сміта, М. Фрідмана. Особливий інтерес становлять праці вітчизняних науковців О. Даниленка, В. Євтушенка, А. Колота, Н. Кирилюка, М. Кужелева, В. Мамонтової та О. Шеремети.

Метою роботи є дослідження корпоративної соціальної відповідальності в умовах пандемії, виявлення основних напрямків діяльності підприємств у боротьбі з Covid-19 в Україні.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети було визначено наступні наукові завдання: дослідити сутність поняття «КСВ» та її концепції,

проаналізувати досвід допомоги іноземних компаній у боротьбі з вірусом, визначити наслідки пандемії для світової і української економіки, дати рекомендації щодо впровадження заходів за рахунок яких вітчизняні компанії зможуть допомогти населенню в боротьбі з Covid-19.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. В ХХІ столітті 80% найбільших світових компаній працюють на засадах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), з метою досягнення цілей сталого розвитку. Ранні форми корпоративної соціальної відповідальності виникли в 1910 році, але не мали широкого застосування серед підприємств. Основоположником сучасної КСВ прийнято вважати американського економіста Говарда Боуена, який сформулював термін «корпоративна соціальна відповідальність» і окреслив основні принципи та цілі. Вчені досі не змогли прийти до єдиного спільного формулювання цього поняття [4].

У науковій літературі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) передбачає просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству, сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку [9, с. 23].

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати як відповідальне ставлення компанії до власного продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка проявляється через гармонійне співіснування, взаємодію та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [9, с. 35].

У цілому, КСВ – це політика підприємства, яке за мету своєї діяльності добровільно обирає не лише отримання прибутку, а й сприяння розвитку і підвищенню рівня життя сучасного суспільства. Виділяють чотири основних підходи до концепції корпоративної соціальної відповідальності: економічний, соціальний, етичний та політичний.

Економічний підхід передбачає, що підприємства будуть виконувати свої основні функції: виробляти товари і послуги, отримувати прибуток й таким чином задовольняти попит населення та створювати достатню кількість робочих місць.

Відомим прибічником такого підходу був Мілтон Фрідман. Він назвав корпоративну соціальну відповідальність «принципово підривною доктриною», адже вважав, що існує єдина соціальна відповідальність бізнесу – займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку до моменту, поки він не буде брати участь у відкритій та вільній конкуренції без обману чи шахрайства. Таким чином М. Фрідман стверджував, що підприємства повинні зосереджуватися на тих видах діяльності, які пов'язані з прибутком компанії, фактично виключаючи благодійну діяльність, яка безпосередньо не приносить доходу [13].

Політичний підхід включає внески, допомогу організаціям, спонсування проєктів та громадських ініціатив, які здатні покращити життя громади. В сучасному світі великі підприємства добровільно вирішують різні суспільно-політичні проблеми та займаються діяльністю, яка раніше розглядалася як обов'язки уряду. До них можна віднести викорінення бідності, постачання суспільних благ, захист довкілля, зменшення гендерної, расової або етнічної нерівності, боротьба зі спалахами епідемій. Це відбувається через недосконалу систему управління багатьох країн світу.

Оскільки підприємства володіють достатньою кількістю грошових та інших ресурсів, вони можуть сприяти вирішенню проблем, які нездатні вирішити органи державної влади.

В основу соціального підходу покладено вимоги суспільства, які воно висуває до діяльності підприємств. Вимоги можуть змінюватися в залежності від екологічної, політичної та економічної ситуації. Етичний підхід передбачає встановлення гідних умов для праці і розвитку колективу підприємства, раціональне використання природних ресурсів, відповідальність підприємства не тільки перед сучасними, а й майбутніми поколіннями. Цей підхід КСВ базується на міцному зв'язку між правовими та етичними нормами.

Також можна виділити соціальну концепцію Джона Еклінгтона, яка передбачає оцінювання діяльності підприємства на основі результатів роботи за трьома важливими напрямками: соціальною сферою, економічною та екологічною [7].

Компанії самостійно обирають якого підходу притримуватися, але ефективнішою є концепція яка об'єднує три напрямки.

Нині найбільшою світовою проблемою є пандемія Covid-19, на боротьбу з якою направлена діяльність органів державної влади, підприємців, громадян. У квітні 2020 року кількість хворих у світі перевищила 1,5 млн. осіб, в Україні – 2 тис. осіб. Кількість хворих щодня збільшується в геометричній прогресії. Вчені дають невтішні прогнози стосовно стану економіки під час пандемії і після її закінчення. Через карантинні заходи зменшується виробництво в різних країнах світу. Відповідно зменшуються і обсяги постачань та торговельних операцій.

Дослідження американського Інституту міжнародних фінансів (IIF) показало, що економічні показники у 2020 році зростуть максимум на 1% і це стане найгіршим результатом після кризи 2007–2008 років. За оцінюванням експертів, Європейський Союз на ліквідацію наслідків епідемії витратить близько 320 млрд. євро [12].

Оскільки темпи світового економічного зростання знизяться, відповідно уповільниться зростання ВВП України. Окрім сповільнення темпів зростання ВВП, Україну очікує падіння темпів промислового виробництва, девальвація гривні через недоотримання валютної виручки експортерами, збільшення державного боргу перед інвесторами, зростання безробіття, скорочення експорту та зниження привабливості боргових цінних паперів уряду. До початку пандемії COVID-19 зростання ВВП України в 2020 році очікувалося на рівні 3,6%, але за прогнозами експертів, відбудеться зростання не більше ніж на 1,7% [12].

У такій ситуації все більше компанії приходять до висновку, що не час відмовлятися від засад корпоративної соціальної відповідальності, а необхідно направити всі ресурси на швидке подолання вірусу. Підприємства, які продовжують піклуватися про громадян, співробітників, зміцнюють свою репутацію, отримують конкурентні переваги і лояльність споживачів.

З початку епідемії найбільші українські підприємства виділили на боротьбу з епідемією близько 780 млн. грн. і ця сума продовжує зростати [10].

Попри те, що бізнес в Україні страждає і доходи зменшилися, підприємці усвідомлюють, що без їх допомоги держава не здатна забезпечити всі лікарні і хворих необхідним обладнанням, засобами захисту та медикаментами. У такий період попит щодня змінюється і виробники повинні швидко реагувати на відповідні зміни.

Розглянемо досвід іноземних компаній, щодо реалізації КСВ у період пандемії. Французька компанія «LVMH», яка виробляє предмети розкоші під торговими марками

«Christian Dior», «Louis Vuitton», «Givenchy» почала випускати дезінфікуючий спиртовий гель. Його будуть передавати владі Франції безкоштовно, щоб усунути дефіцит. «LVMH» буде виконувати це зобов'язання поки це буде необхідно французьким органам охорони здоров'я.

Під час пандемії існує дефіцит медичних засобів, як для працівників медицини, так і для населення. Генеральний директор «Apple» Тім Кук повідомив, що компанія пожертвує мільйон масок медичним працівникам США та Європи. Компанія «Amazon» надала більше мільйона товарів медичним працівникам, включаючи захисні маски, костюми індивідуального захисту та одноразові рукавички. Фонд «UPS» забезпечив безкоштовне авіап перевезення понад чотирьох мільйонів респіраторних масок, сотень тисяч захисних костюмів та інших засобів особистого захисту до Китаю. Компанія «Johnson & Johnson» закупила мільйон масок, а також захисні окуляри, костюми, термометри та респіратори і передала їх до епіцентрів ураження в Китаї.

Станом на березень 2020 року 46 держав закрили навчальні заклади, перемістивши освітній процес на платформи дистанційного навчання. Багато закладів освіти не були готові до таких змін і не мали необхідної технічної бази для повноцінного відтворення навчального процесу. Постачальник програмного забезпечення для відеоконференцій «Zoom» долучився до вирішення цієї проблеми і надає безкоштовно необмежену кількість можливостей для проведення відеоконференцій навчальним закладам Китаю, США, Японії та Італії. Компанія «Scholastic», яка займається освітніми ресурсами, створила сайт «Вчися з дому», що наповнений онлайн-ресурсами для навчання, такими як статті, історії, відеоролики та практичні завдання. Телекомунікаційна компанія «AT&T» долучилася до Коаліції Державної асоціації директорів освітніх технологій (SETDA) з електронного навчання. Коаліція безкоштовно збиратиме та надаватиме ресурси для електронного навчання державним освітнім установам та шкільним округам.

Українським підприємствам було б доцільно перейняти досвід іноземних партнерів і втілити аналогічні заходи для допомоги співвітчизникам. Серед пропозицій, втілення яких допомогло б українцям подолати епідемію, можна виділити розроблення сайту для координації дій і пошуку партнерів для вирішення суспільних проблем, фінансову підтримку волонтерських організацій, швидке переобладнання заводів для виробництва дефіцитних товарів, кооперацію виробників, налагодження процесу безперебійної поставки медичних засобів.

Підприємствам необхідно проаналізувати власні можливості, ресурси, логістику, обладнання та кількість персоналу, яку можна залучити для вирішення суспільної проблеми. Якщо прогнози вчених будуть точними, то потреби, створені Covid-19, з часом зростатимуть, без допомоги бізнесу держава не зможе повноцінно задовольняти попит населення. Спиртові заводи могли б допомогти у вирішенні проблеми дефіциту антисептичних засобів, адже основним компонентом їхнього складу є спирт. Виробники пластикової тари могли б виготовляти флакони для антисептиків.

Спалах Covid-19 суттєво вплинув на ланцюг поставок медичних засобів в Україну, що спричинило нестачу масок, засобів індивідуального захисту для медиків, антисептиків, медикаментів та обладнання. Дефіцит медичного обладнання і товарів під час епідемії може призвести до погіршення ситуації, збільшення кількості інфікованих. Тому потрібна кооперація логістичних компаній, перевізників та виробників для налагодження процесу безперебійної поставки товарів, необхідних для боротьби з епідемією.

Хорошою ініціативою було б створення сайту, де розміщувалася б інформація про проблеми, що вимагають термінового вирішення і де необхідна підтримка підприємств. Така підтримка може передбачати купівлю медичного обладнання, засобів індивідуального захисту для медичних працівників, забезпечення транспортних і логістичних операцій для переміщення товарів або людей, надання у використання складських або офісних приміщень для зберігання медичних засобів, підтримка в галузі IT і т. д.

У нашій країні існує велика кількість волонтерських спільнот, які допомагають людям, що постраждали від Covid-19. Діяльність таких організацій не має комерційних цілей, тому їм необхідні грошові ресурси, які можуть надати підприємства. Для допомоги постраждалим від вірусу не лише в Україні, можна зробити благодійний внесок у фонд «SERF», який був створений на базі ООН під егідою ВООЗ. Кошти будуть витрачені на дослідження вірусу, розроблення вакцини проти Covid-19 та допомогу постраждалим.

Провідні українські компанії активізують свої корпоративні громадянські зусилля, щоб допомогти задовольнити критичні потреби в цей складний час. Уже нині можна навести приклади успішної реалізації принципів КСВ вітчизняними підприємствами.

Фармацевтична компанія «Дарниця» і благодійний фонд «Zagoriy Foundation» передали три апарати штучної вентиляції легень в Київську міську клінічну лікарню. Група компаній «Епіцентр» щомісячно буде виділяти 1% від обороту, що складає близько 40–50 млн. грн. Вже виділено 150 млн. грн. і на них замовлено 150 апаратів штучної вентиляції легень, закуплено інше необхідне медичне обладнання. Виробник соняшникової олії «Кернел» виділив 85 млн. грн. державному фонду для закупівлі експрес-тестів і медичного обладнання для лікарень Полтавської та Кіровоградської областей [10].

Серед компаній, що допомагають у боротьбі з вірусом – «Нова Пошта», «Moneyveo», «ELEKS», «Фармак», «Сільпо», «Епіцентр», «Vodafone Україна» та інші [10].

У складний час епідемії всім сферам, галузям економіки, населенню необхідна підтримка, яку держава не може надати в повному обсязі. Об'єднавши зусилля, фінанси, людські ресурси та ідеї, підприємці можуть допомогти швидше подолати вірус.

Висновки. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає відповідальне ставлення виробника до якості продукту, врахування інтересів суспільства та відповідальність за вплив діяльності на навколишнє середовище, працівників, партнерів, споживачів. Кожне підприємство самостійно і добровільно обирає якого підходу притримуватися, куди направляти свої ресурси. Період пандемії – це складний час для населення, бізнесу, держави. Оскільки через карантинні заходи зупиняється діяльність багатьох підприємств і промисловий комплекс не може повноцінно функціонувати і розвиватися, це призводить до девальвація національної валюти, збільшення державного боргу, зростання безробіття, скорочення експорту. Якщо державні органи влади не в змозі забезпечити належний соціальний захист населення, то це зобов'язання можуть перейняти на себе соціально відповідальні підприємства. Такі компанії враховують соціальні, економічні та правові потреби громадян. Але для швидкого подолання епідемії Covid-19 в Україні підприємства, громадяни та державні органи мають об'єднати власні можливості та ресурси, перейняти досвід іноземних партнерів у боротьбі з вірусом. Серед заходів, за рахунок яких українські компанії зможуть

допомогти співвітчизникам, можна виділити розроблення сайту для координації дій і пошуку партнерів для вирішення суспільних проблем, фінансову підтримку волонтерських організацій, швидке переобладнання заводів для виробництва дефіцитних товарів, кооперацію виробників, налагодження надійних ланцюгів безперебійної доставки препаратів, обладнання та медичних засобів.

Conclusions. Corporate social responsibility predicts the producer responsible attitude to the product quality, taking into account the interests of society and the responsibility for the impact of its activities on the environment, employees, partners, customers. Each company independently and voluntarily chooses which approach to follow, where to send their resources. The pandemic period is a difficult time for the population, business, and state. As due to the quarantine the activities of many enterprises is interrupted and industrial complex is unable to operate and develop completely, it results in the national currency devaluation, the public debt growth, unemployment rise, exports reduction. If the state authorities are not able to ensure the proper social protection of the population, this commitments can be taken by socially responsible enterprise. Such companies take into account social, economic and legal needs of the citizens. But for quick overcoming Covid-19 epidemic in Ukraine, enterprises, citizens and public authorities should unite their own capabilities and resources, learn from the foreign partners experience in the fight against the virus. Among the measures due to which the Ukrainian company will be able to assist their fellow countrymen, we can distinguish the development of coordinate actions site and search of partners for solving social problems, financial support of volunteer organizations, immediate plants reequipment for deficit products manufacturing, manufacturers cooperation, establishment of reliable chains of continuous delivery of drugs, equipment and medical facilities.

Список використаної літератури

1. Глобальний договір ООН в Україні. URL:<http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>.
2. Аделькин Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса. Благить, 2005. С. 345–349.
3. Боднар О. А. Умови і чинники регулювання соціально-економічного розвитку. Економічні науки. 2014. № 11 (41). С. 52–59.
4. Боуен Г. Соціальна відповідальність бізнесмена. Нью-Йорк: Harper & Brothers, 1953. 276 с.
5. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України. Вісник Дніпропетровського університету. 2012. № 6 (2). С. 159–169.
6. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода. Києво-Могилянська Бізнес Студія. 2005. № 10. С. 34–38.
7. Елкінгтон Дж. Канібали з виделками: потрібна нижня лінія бізнесу XXI століття. Capstone Publishing, 2000. 162 с.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
9. Полторац А. С. Ефективне управління фінансовими ризиками в системі економічної безпеки України. Агросвіт. 2015. № 1. С. 34–39.
10. Посканна О. Список бізнесменів та компаній, які допомагають справитись з Covid-19. URL: <https://gordonua.com/publications/polnyy-spisok-biznesmenov-i-kompaniy-kotorye-pomogayut-ukraine-spravitsya-s-koronovirusom-obnovlyetsya-1491415.html>.
11. Рамазанов А. Концепція корпоративної соціальної відповідальності. Проблеми теорії та практики управління. 2007. № 3. С. 38–46.
12. Ульянова Н. Вірус рецесії: що буде зі світовою економікою після пандемії. URL: <https://mind.ua/openmind/20209018-virus-recesi-yi-shcho-bude-zi-svitovoyu-ekonomikoyu-pislya-pandemiyi>.
13. Фрідман М. Соціальна відповідальність бізнесу полягає у збільшенні прибутку. URL: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issue/friedman-soc-resp-business.html>.

References

1. Globalnij dogovir OON v Ukraini. URL: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>.
2. Adelkin F. Rezultaty issledovaniya socialnoj otvetstvennosti ukrainskogo biznesa. Blakit, 2005. P. 345–349.
3. Bodnar O. A. Umovi i chinniki regulyuvannya socialno-ekonomichnogo rozvitku. Ekonomichni nauki. 2014. No. 11 (41). P. 52–59.
4. Bouen G. Socialna vidpovidalnist biznesmena. Nyu-Jork: Harper & Brothers, 1953. 276 p.
5. Buyan O. A. Pidhodi do ocinki korporativnoyi socialnoyi vidpovidalnosti pidpriyemstv Ukraini. Visnik Dnipropetrovskogo universitetu. 2012. № 6 (2). P. 159–169.
6. Vorobej V. Korporativna socialna vidpovidalnist chi vigoda. Kiyev-Mogilyanska Biznes Studiia. 2005. No. 10. P. 34–38.
7. Elkington Dzh. (2000) Kanibali z videlkami: potrijna nizhnya liniya biznesu XXI stolittya. Capstone Publishing.
8. Kotler F. Korporativna socialna vidpovidalnist. Yak zrobiti yakomoga bilshe dobra dlya vashoyi kompaniyi ta suspilstva. Kiyiv: Standart, 2005. 302 p.
9. Poltorak A. S. Efektivne upravlinnya finansovimi rizikami v sistemi ekonomichnoyi bezpeki Ukraini. Agrovit. 2015. No. 1. P. 34–39.
10. Poskanna O. Spisok biznesmeniv ta kompanij, yaki dopomagayut spravitis z Covid-19. URL: <https://gordonua.com/publications/polnyy-spisok-biznesmenov-i-kompaniy-kotorye-pomogayut-ukraine-spravitsya-s-koronovirusom-obnovlyaetsya-1491415.html>.
11. Ramazanov A. Konceptiya korporativnoyi socialnoyi vidpovidalnosti. Problemi teorii ta praktiki upravlinnya. 2007. No. 3. P. 38–46.
12. Ulyanova N. Virus recesiyi: sho bude zi svitovoyu ekonomikoyu pislya pandemiyi. URL: <https://mind.ua/openmind/20209018-virus-recesi-cho-bude-zi-svitovoyu-ekonomikoyu-pislya-pandemiyi>.
13. Fridman M. Socialna vidpovidalnist biznesu polyagaye u zbilshenni pributku. URL: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/isissue/friedman-soc-resp-business.html>.

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Марія Варламова; Юлія Дем'янова

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна*

Резюме. Досліджено основні тенденції діджиталізації у світових масштабах. Наведено різні підходи до визначення поняття «діджиталізація». Проаналізовано динаміку світового Інтернет трафіку та коефіцієнт проникнення Інтернету за регіонами світу. Визначено, що найбільша кількість Інтернет-користувачів знаходиться в Азії та Європі, однак вищий коефіцієнт проникнення Інтернету спостерігається в Північній Америці, де Інтернетом користується 94,6% від загальної чисельності населення. Проаналізовано темпи зростання і стан діджитал-економіки, поділено всі країни на чотири категорії. Встановлено, що до першої категорії належать країни-лідери, що демонструють високі темпи цифрового розвитку і продовжують лідирувати в поширенні інновацій. Другу категорію складають країни, що мають сповільнені темпи зростання. До третьої категорії належать перспективні країни: незважаючи на те, що ці країни демонструють відносно низький загальний рівень діджиталізації, вони демонструють стійкі темпи зростання. Представники четвертої категорії – це проблемні країни, які зіштовхуються зі серйозними викликами, які пов'язані з низьким рівнем цифрового розвитку і повільними темпами зростання. Продемонстровано Індекс діджиталізації економіки і суспільства DESI. Визначено, що в 2019 році усі країни ЄС покращили свої цифрові показники. Доведено, що Рівень діджиталізації не може бути однаковими в різних країнах і відбуватися одночасно, що пов'язано насамперед з рівнем розвитку країни, швидкістю проникнення нових технологій, якістю освіти, поширенням ІКТ. З метою групування країн ЄС за рівнем діджиталізації проведено кластерний аналіз. Визначено 3 кластери. У країн, які потрапили в перший кластер, спостерігаються найвищі значення за усіма показниками, країни цього кластеру є лідерами поширення діджиталізації. Країни з другого кластеру мають досить високий потенціал для поширення діджиталізації. В країн з третього кластеру спостерігається значний відрив у рівні діджиталізації, порівнюючи з країнами, що потрапили у попередні кластери.

Ключові слова: діджиталізація, діджитал-економіка, цифрова революція, індекс користувачів інтернет-технологій, індекс діджиталізації економіки і суспільства, кластерний аналіз.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.251

Отримано 10.04.2020

UDK 339

MAIN DIGITALIZATION TRENDS IN THE GLOBAL DIMENSION

Mariia Varlamova; Yuliia Demianova

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. The paper deals with the main tendencies of digitalization in the world economy. Various approaches for defining the «digitalization» concept are given. The dynamics of the global Internet traffic and the

Internet penetration rate by the world regions are analyzed. It is determined that the largest number of Internet users is located in Asia and Europe, but the highest Internet penetration rate is observed in North America, where 94.6% of the total population use the Internet. The growth rate and the state of the digital economy are analyzed, and all countries are divided into four categories. The first category includes the leading countries that demonstrate high rates of digital development and continue to stay the leading ones in the innovation extension. The second category are the countries with slower growth rates. The third category are promising countries: although these countries show relatively low overall levels of digitization, they have steady growth rates. Representatives of the fourth category are problem countries that face serious challenges associated with low digital development and slow growth. DESI – digitalization economy and society index is demonstrated. It is determined that in 2019 all EU countries improved their digital indicators. It is proved that the level of cannot be the same in different countries and occur simultaneously, because of different country development levels, the speed of new technologies penetration, the quality of education, the spread of ICT. In order to group EU countries by the digitalization level, cluster analysis is carried out. 3 clusters are identified, in the countries of the first cluster the highest values for all indicators are observed, these countries are the leaders in the digitalization extension. Countries in the second cluster have sufficiently high potential for digitalization extension. Countries of the third cluster have significant gap in the digitalization level in comparison with the countries included in the previous clusters.

Key words: digitalization, digital economy, digital revolution, index of Internet technologies users, digitalization economy and society index, cluster analysis.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.251

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. Цифрова революція змінює наше життя і суспільство з небачуваною швидкістю й небувалим розмахом, створюючи при цьому як величезні можливості, так, і колосальні труднощі. Відбувається становлення, формування та подальший розвиток інформаційного суспільства, яке носить назву «діджитал-економіка». Очевидно, що цифрові технології стають невід’ємною частиною соціально-економічного життя суспільства і ключовим напрямком розвитку державної політики на сучасному етапі.

Діджитал-економіка створює також нові ризики, включаючи загрози кібербезпеки, полегшення незаконної економічної діяльності та посягання на недоторканність приватного життя. Щодня ми стаємо свідками численних прикладів того, як цифрові технології сприяють зміцненню миру, розширенню прав людини і сталого розвитку в інтересах усього суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що стосуються аналізу цифрової трансформації присвячено багато досліджень Організації економічного співробітництва та розвитку [1]. Сучасні аспекти впливу діджиталізації на економіку різних країн світу представлено у звітах Глобального інституту McKinsey [2]. Серед вітчизняних представників економічної науки варто відзначити роботи таких авторів: Ю. М. Бажал [3], С. В. Коляденко [4], Н. П. Мешко [5], Г. Б. Соколова [6]. Вагомий внесок у дослідження процесів глобальної діджиталізації внесли міжнародні організації, консалтингові агентства та урядові установи, однак, враховуючи стрімкий розвиток процесів, що відбуваються та їх нерівномірність для різних регіонів світу, дане питання вимагає детальнішого подальшого розгляду.

Метою дослідження є виявлення основних тенденцій поширення діджиталізації світової економіки.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання: надати різні підходи визначення терміну «діджиталізація»; визначити глобальні тренди діджиталізації; проаналізувати темпи зростання і стан діджитал-економіки та визначити їх категоризацію за допомогою індексу користувачів інтернет-технологій; дати характеристику рівня діджиталізації країн Європейського Союзу; за допомогою кластерного аналізу згрупувати країни ЄС за рівнем діджиталізації.

Виклад основного матеріалу. Термін «діджитальна економіка» (digital economy) вперше згадувався в науковій літературі ще в 1995 році американським ученим

Н. Негропonte [7]. Однак, досі не існує єдиного визначення даного поняття. Досить часто діджитальна економіка ототожнюється з мережевою або інформаційною. У сучасній літературі існує декілька підходів до визначення сутності діджиталізації, найчастіше він означає «оцифрування», «приведення в цифрову форму». Зокрема, С. В. Коляденко визначає діджиталізацію як приведення будь-яку інформацію у цифровий вигляд [4]. На думку Г. Б. Соколової для діджиталізації характерне створення цифрової форми, що засновується на бітах та байтах, для звичних нам речей [6]. Н. П. Мешко у своїх дослідженнях стверджує, що діджиталізація характеризується перетворенням будь-якого роду інформації у електронний вигляд [5]. Враховуючи зазначені підходи, вважаємо, що діджитальна економіка – це сукупність процесів, що здійснюються в економіці завдяки інформаційно-цифровим технологіям.

Діджиталізація розвивається з неймовірною швидкістю завдяки її здатності збирати, використовувати і аналізувати величезні обсяги інформації (цифрових даних) практично про все. Такі цифрові дані збираються на основі аналізу «цифрових слідів», які залишаються на різних цифрових платформах у результаті активності фізичних осіб, соціальних груп або підприємств. Обсяг глобального трафіку на основі Інтернет-протоколу (IP), який дозволяє отримати приблизне уявлення про масштаби потоків даних, виріс приблизно з 100 гігабайт (ГБ) у день в 1992 році до більше ніж 45000 ГБ у секунду в 2017 році (рисунк 1). І це при тому, що зараз економіка, заснована на даних, знаходиться лише на початковому етапі свого розвитку, згідно з прогнозами до 2022 року обсяг глобального IP-трафіку досягне 150700 ГБ у секунду в результаті появи дедалі більшої кількості нових користувачів в Інтернет-мережі та розширення Інтернету речей [8].

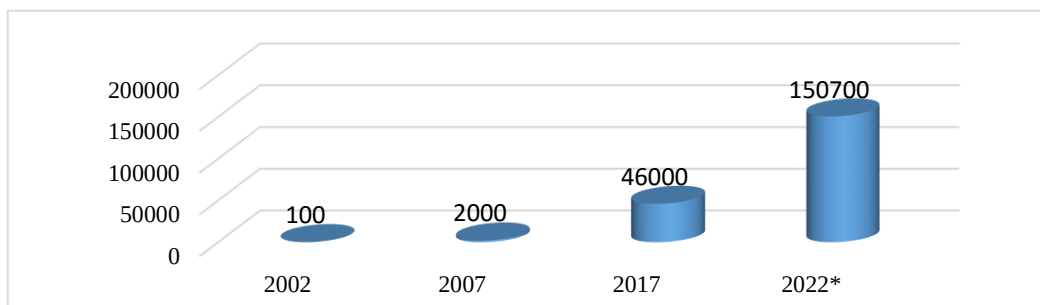


Рисунок 1. Динаміка світового інтернет-трафіку гігабайт/секунду (*прогнозовані дані) [8]

Figure 1. Dynamics of the global Internet traffic gigabytes/second (*predicted data) [8]

Цифрові тренди, які спостерігаються сьогодні охоплюють майже всі сфери життєдіяльності: від медицини і освіти до виклику таксі, характеризуються «уберізацією» (процес, що характеризується відмовою від посередників) економіки й здійснюється на спеціальних цифрових платформах. У даний час виділяються наступні технології, які найбільшою мірою впливають на діджиталізацію економіки:

- інтернет речей і автоматизація виробництва;
- цифрове проектування і моделювання;
- технології віртуалізації: віддалений доступ, віддалений офіс і т. д.;
- мобільні технології і крос-канальні комунікації.

Згідно з дослідженням глобальних трендів діджиталізації, відображається наступний рейтинг цифрових трендів (за згадуванням у ЗМІ): перше і друге місце в рейтингу займають мобільний зв'язок (Mobile Networks) і штучний інтелект (Artificial

Intelligence), будучи базовими технологіями, що забезпечують поточну хвилю цифровізації. Високе місце електронної комерції (E-commerce) в рейтингу є наслідком високої інвестиційної активності і великої кількості угод у цьому сегменті [9].

Відповідно до поняття діджиталізації в широкому сенсі слова найбільш «діджитальною» економікою в світі на даний момент є економіка США. В економіці США третина (33%) ВВП схильна до впливу цифрових технологій, а велика частка (60%) фінансового сектора США переведена на цифрову основу, що робить фінансовий сектор США найбільш «діджитальним» у світі. Близько до нього наближається сектор комунікацій, який збільшує важливість створення й підтримки сучасної стійкої цифрової платформи з метою її довготермінового розвитку.

Підґрунтям, що забезпечує розвиток діджитал-економіки є поширення мережі Інтернет, збільшення кількості користувачів. Дані показники в останні роки розвиваються високими темпами. Так, якщо станом на 01.06.2017 р. у світі нараховувалося 3,9 млрд. користувачів Інтернету, то 03.03.2020 р. кількість користувачів Інтернету в світі досягла 4,574 млрд. осіб, з огляду на те що все населення планети – 7,8 млрд. чол. (рисунк 2) [10].

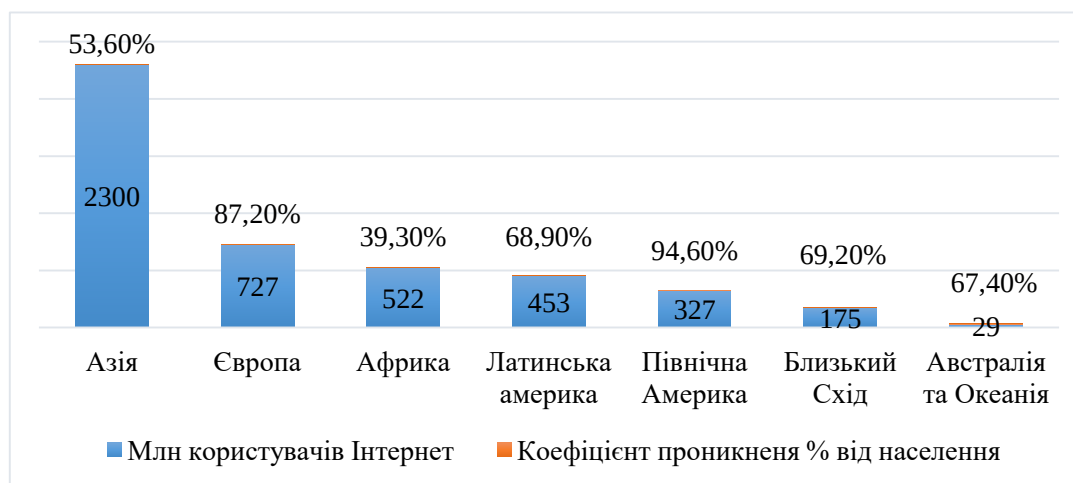


Рисунок 2. Кількість-інтернет користувачів та коефіцієнт проникнення по регіонах світу станом на 2020 [10]

Figure 2. Number of Internet users and penetration rate by the world regions in 2020 [10]

Основна частка інтернет-користувачів знаходиться в Азії, однак за питомою вагою користувачів Інтернету від чисельності населення Азія знаходиться на передостанньому місці – лише половина населення користується Інтернетом (53,6%). За даним показником першість утримує Північна Америка, де інтернет-користувачі складають 94,6% населення регіону. Найбільший приріст користувачів Інтернету спостерігається в Північній Європі (94%), Західній Європі (90%) і Північній Америці (88%). В Африці спостерігаються швидші темпи зростання – понад 20% на рік.

Основна частка інтернет-користувачів припадає на розвинені країни, зокрема, США, країни ЄС, Японію – у середньому 81% населення, водночас як частка використання Інтернету в країнах, що розвиваються становить 40%, у країнах з перехідною економікою, таких як країни СНД та Східної Європи – 15%. Першість у світі за чисельністю інтернет-аудиторії належить КНР, станом на 03.03.2020 р. вона склала 854 млн. чол. (60,1% населення КНР), в тому числі 832 млн. чол. (97,5%) – користувачі мобільного банкінгу [10].

За результатами дослідження Mastercard, яке проводилося серед онлайн користувачів, які проживають в 60 країнах світу, був розрахований індекс користувачів інтернет-технологій, який визначався на основі чотирьох ключових показників і 170 унікальних індикаторів: доступу до інтернету та розвитку інфраструктури; споживчого попиту на цифрові технології; державної політики, законів та ресурсів у цій галузі; інновацій у країні (зокрема інвестицій у технології та цифрові стартапи). Дані дослідження були проведені в Норвегії, Швеції, Швейцарії, Данії, Фінляндії, Сінгапурі, Південній Кореї, Великобританії, Гонконгу і США, які входять в ТОП-10 країн з найрозвиненішою діджитал-економікою. Проаналізувавши темпи зростання і стан цифрової економіки, всі країни можемо поділити на чотири категорії:

I категорія – країни-лідери: Сінгапур, Великобританія, Нова Зеландія, ОАЕ, Естонія, Гонконг, Японія та Ізраїль – демонструють високі темпи цифрового розвитку і продовжують лідирувати в поширенні інновацій;

II категорія – країни, що мають сповільнені темпи зростання: сюди відносяться багато розвинених країн Західної Європи, країни Скандинавії, а також Австралія і Південна Корея. Протягом тривалого часу ці країни демонстрували стійке зростання, але в даний час значно знизили темпи розвитку. Без упровадження інновацій, вони ризикують відстати від лідерів діджиталізації. Як можна помітити, дві найбільші світові економіки (США і Німеччина) знаходяться на кордоні між країнами-лідерами і країнами з сповільненими темпами розвитку. Поряд з ними розташовується і третя за розміром економіка у світі, Японія. Водночас динаміка цифрового розвитку у Великобританії більше, ніж у країн Європейського союзу;

III категорія – перспективні країни: незважаючи на те, що ці країни демонструють відносно низький загальний рівень діджиталізації, вони демонструють стійкі темпи зростання, що привертає інвесторів. До цих країн належать: Китай, Кенія, Росія, Індія, Малайзія, Філіппіни, Індонезія, Бразилія, Колумбія, Чилі, Мексика;

IV категорія – проблемні країни: до них відносяться ПАР, Перу, Єгипет, Греція, Пакистан. Ці країни стикаються з важливими викликами, які пов'язані з низьким рівнем цифрового розвитку і повільними темпами зростання. Для керівництва цих країн необхідно усвідомити ризик опинитися в «цифровому тупику» і на прикладі країн, що володіють більшою динамікою розвитку вивчити прийняття яких політичних заходів може підвищити конкурентоспроможність країни [11].

Такий поділ країн вказує на циклічність впровадження цифрових технологій у світовій економіці. На перших етапах діджиталізація охопила найрозвинутіші країни – США, Японію, Німеччину, які нині втратили лідерські позиції і стали відноситися до країн із сповільненими темпами зростання діджиталізації.

Діджиталізацію слід розглядати як тренд ефективного світового розвитку тільки в тому випадку, якщо цифрова трансформація інформації буде відповідати наступним вимогам: вона буде охоплювати всі галузі – бізнес, науку, соціальну сферу і звичайне життя громадян та буде супроводжуватися ефективним використанням її результатів. Результати будуть доступні користувачам цієї інформації, ними будуть користуватися не тільки фахівці, а й пересічні громадяни, користувачі цифрової інформації матимуть навички роботи з нею. Перераховані вимоги діджиталізації як світового тренду розвитку економіки і суспільства, що забезпечують підвищення їх ефективності та якості, повинні обов'язково враховуватися при оцінюванні ступеня охоплення діджиталізацією різних країн. Виконання цих вимог буде підтверджувати факт втягнення країни під вплив даного тренду, а ступінь їх виконання буде показувати рівень включення країни в процес діджиталізації.

Саме такий показник оцінювання ступеня охоплення діджиталізацією, як тренд світового розвитку економіки і суспільства, був запропонований Індекс діджиталізації

економіки й суспільства DESI (Digital Economy and Society Index). Він є підсумковим і розраховується за методикою Євросоюзу на основі значень 5 укрупнених параметрів, що визначаються їх показниками – всього 31 показник. Значення параметрів показують ступінь виконання країною ЄС тієї чи іншої вимоги тренда діджиталізації, що і дозволяє розглядати Індекс DESI, як прямий показник оцінювання впливу тренда діджиталізації на національну економіку та суспільство окремої країни.

П'ять укрупнених параметрів, що використовуються відображають рівень виконання вимог діджиталізації як світового тренду:

- 1) «Підключення» країни до результатів діджиталізації (Connectivity).
- 2) Людський капітал (Human Capital/Digital skills).
- 3) Використання інтернету громадянами (Use of Internet by citizens).
- 4) Інтеграція цифрових технологій у бізнес (Integration of Digital Technology by businesses).
- 5) Цифрові публічні послуги (Digital Public Services) [12].

Показники індексу діджитал-економіки та суспільства показують, що попит на швидку та надшвидку широкопasmову мережу зростає і очікується, що він зростатиме впродовж років з огляду на збільшення кількості Інтернет-послуг та потреб бізнесу.

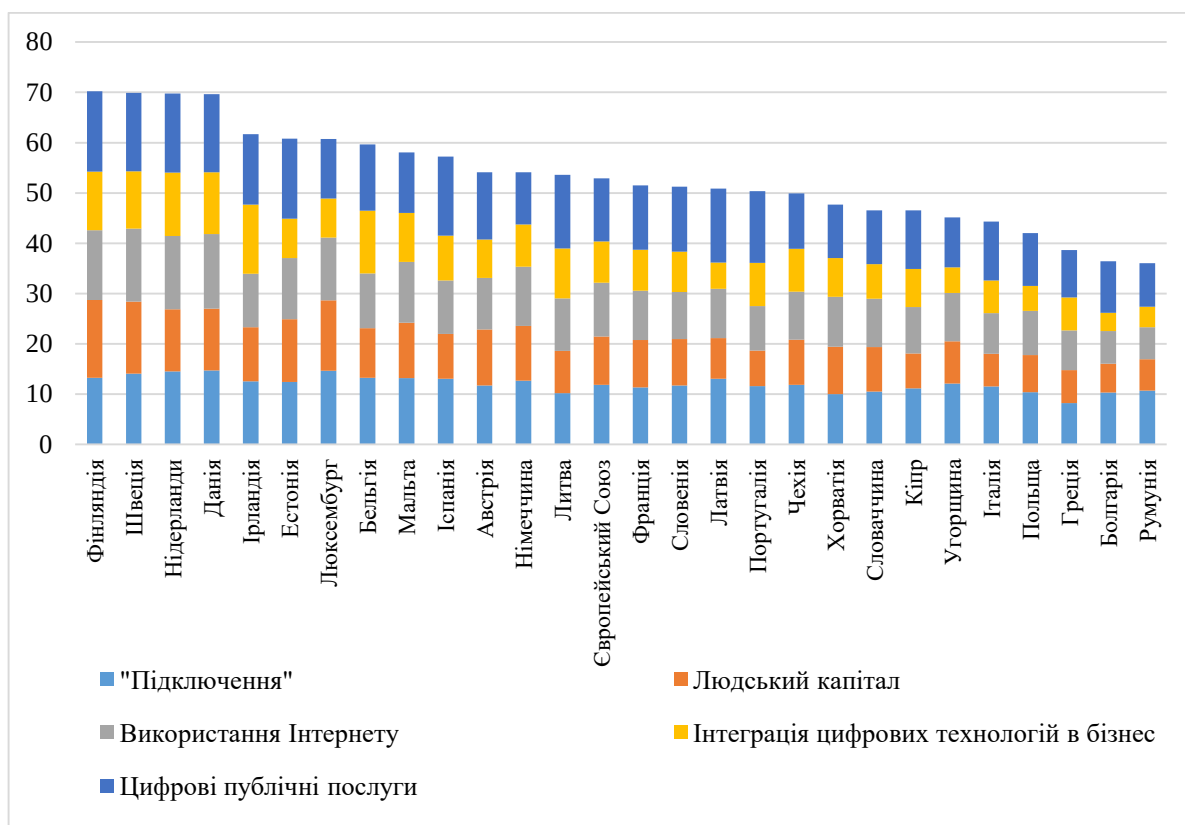


Рисунок 3. Індекс діджиталізації економіки і суспільства країн ЄС 2019 [13]

Figure 3. Index of economic and social digitalization in EU countries 2019 [13]

Аналіз значень індексу по країнах Євросоюзу показав, що в 2019 році усі країни ЄС покращили показники, що характеризують розвиток диджитальної економіки. Фінляндія, Швеція, Нідерланди та Данія набрали найвищі рейтинги в DESI 2019 р. і є одними з світових лідерів у галузі діджиталізації. За цими країнами слідують, Ірландія, Естонія, Люксембург та Бельгія. Польща, Греція, Болгарія, Румунія ще мають довгий

шлях, і ЄС загалом потребує вдосконалення, щоб мати можливість конкурувати на світовій арені.

Рівень діджиталізації не може бути однаковим у різних країнах і відбуватися одночасно, що пов'язано насамперед з рівнем розвитку країни, швидкістю проникнення нових технологій, якістю освіти, поширенням ІКТ.

Ці особливості та закономірності було виявлено нами на основі кластерного аналізу, який дозволив класифікувати країни ЄС за станом проникнення ІКТ та діджиталізації загалом. Логічний аналіз та вивчення офіційної статистики призвели до вибору п'яти показників, що характеризують ступінь діджиталізації. Основними показниками відібраними для кластеризації є: кількість інтернет користувачів (% від населення), індекс ІКТ, глобальний індекс іновацій, кількість зайнятих у сфері ІКТ. Інформацію зібрано за 2018 р. по 27 країнах ЄС. Аналіз проводився на основі даних офіційної статистики зайнятості та трудових ресурсів [14, 15, 16, 17]. Як інструмент для проведення аналізу використовувався програмний пакет Statistica-12.

Для проведення аналізу необхідно стандартизувати вхідні дані. Стандартизація допомагає перевести наші дані в безвимірну шкалу. Для цього ми обираємо функцію «Стандартизація» в програмі Statistica-12 та переводимо всі дані в єдину шкалу.

Для кластеризації було обрано метод k-середніх. Даний метод базується на мінімізації суми квадратів відстаней між кожним спостереженням та центром його кластера.

У результаті кластеризації було отримано три кластери (таблиця 1). Помітно, що в перший кластер потрапили найрозвиненіші країни, лідери Європейського Союзу, що демонструють вищі значення по усіх показниках. Для них характерні невисокі значення усіх показників, обраних для кластеризації. До другого кластеру потрапили 8 країн з відносно високим індексом ІКТ та рівнем зайнятості в цій сфері. Третій кластер формують країни Східної Європи, більшість членів цього кластеру були країнами соціалістичного табору. Таким чином, групування країн, що потрапляють у певний кластер, підтвердило залежність від факторів, що аналізувалися.

Таблиця 1. Угрупування країн ЄС за результатами кластеризації

Table 1. EU countries groupings by clustering results

Кластер	Кількість країн	Склад кластеру
1	8	Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Ірландія, Люксембург, Нідерланди.
2	8	Австрія, Бельгія, Кіпр, Чехія, Мальта, Словенія, Іспанія, Швеція.
3	11	Болгарія, Хорватія, Греція, Угорщина, Італія, Латвія, Литва, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина.

Для отримання графічного уявлення інформації, було побудовано графік середніх значень для кожного кластера, який зображено на рисунку 4. По горизонталі розташовані змінні, які беруть участь в угрупуванні, по вертикалі – середні значення змінних у розрізі одержаних кластерів.

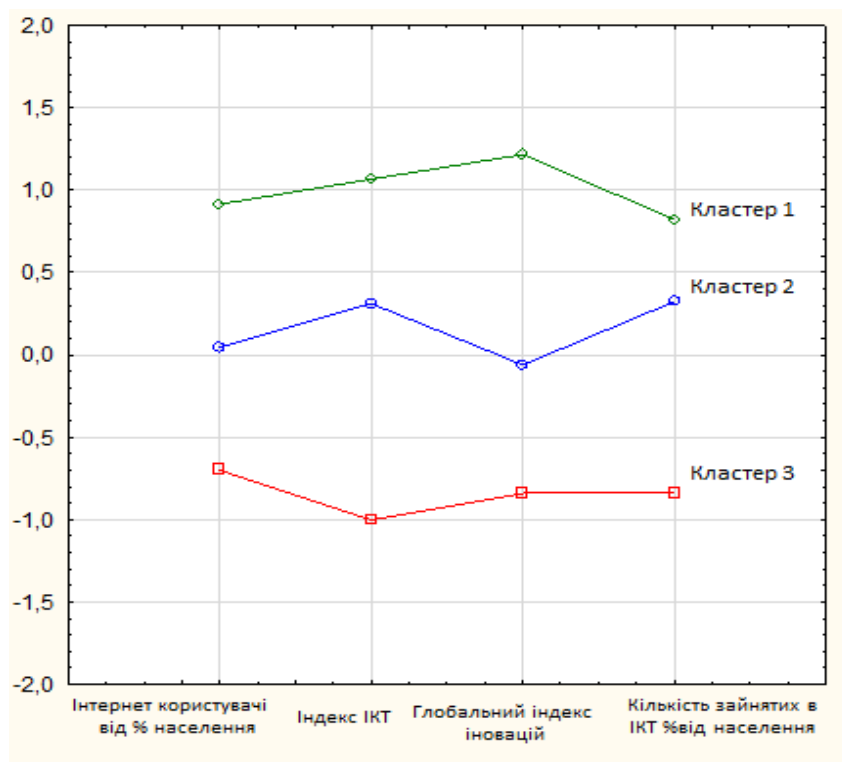


Рисунок 4. Графік середніх значень змінних для кожного кластеру [розроблено автором на основі кластерного аналізу]

Figure 4. Diagram of the average variables values for each cluster [developed by the author based on cluster analysis]

У країн, які потрапили в перший кластер, спостерігаються найвищі значення за усіма показниками, країни цього кластеру є лідерами поширення діджиталізації. До другого кластеру відносяться країни, які близькі за часткою зайнятого населення в ІКТ, частці Інтернет користувачів та індексом ІКТ але протилежні за глобальним індексом інновацій. У третій кластер увійшли країни в яких показники, що характеризують рівень діджиталізації значно нижчі ніж у першому та другому кластерах.

Незважаючи на те, що в перший кластер потрапили країни з найвищим рівнем діджиталізації серед країн ЄС, вони відстають за даними показниками від світових лідерів. Проте, світові лідери демонструють сповільнення темпів діджиталізації, тому країнам з першого кластеру варто продовжувати розвиток діджиталізації за наявною стратегією, щоб досягти найвищого рівня діджиталізації не тільки в ЄС, але й у світі.

Країни з другого кластеру мають досить високий потенціал для поширення діджиталізації, вони демонструють високі показники майже за всіма критеріями, однак, даним країнам варто вдосконалити діджитал-інфраструктуру, залучати інвестиції в сферу ІКТ та інновацій.

У країн з третього кластеру спостерігається значний відрив у рівні діджиталізації, порівнюючи з країнами, що потрапили у попередні кластери. Для даних країн доцільно провести ряд заходів щодо підвищення рівня діджиталізації. Перш за все, на державному рівні, варто усунути всі перешкоди поширення діджиталізації та стимулювати бізнес сприяти даному процесі. По-друге, підвищувати рівень обізнаності щодо переваг діджиталізації як серед представників підприємницької діяльності, так і серед пересічних громадян.

Висновки. Зростання цифрової економіки сприяє появі безлічі нових економічних можливостей. Цифрові дані можуть використовуватися з метою розвитку, а також для вирішення соціальних проблем. Таким чином, вони можуть сприяти поліпшенню економічних і соціальних показників, розвитку інновацій й підвищенню продуктивності. Цифрові платформи спрощують здійснення операцій, формування мереж зв'язків та обмін інформацією. З точки зору підприємств трансформація всіх сфер і ринків під впливом діджиталізації може сприяти підвищенню якості товарів та послуг при зниженні витрат. Крім того, діджиталізація трансформує ланцюжок створення вартості найрізноманітнішими способами, відкриваючи нові можливості для збільшення доданої вартості і ширших структурних змін. У результаті кластерного аналізу доведено, що країни ЄС розрізняються за показниками, що характеризують рівень діджиталізації, можна виділити три групи країн, які суттєво відрізняються одне від одного. Розвиненіші країни демонструють кращі показники, що викликає необхідність врахування закономірностей їх розвитку в різних країнах.

Conclusions. Thus, the digital economy growth is opening up many new economic possibilities. Digital data can be used for development, as well as for solving social problems. Therefore, they can contribute to the improvement of economic and social indicators, innovations development and productivity increase. Digital platforms simplify operations, networking and information sharing. From the point of view of businesses, the transformation of all sectors and markets under the influence of digitalization can improve the quality of goods and services with costs reduction. In addition, digitalization transforms the value chain in many ways, by opening up new opportunities for increased value added and broader structural changes. As the result of cluster analysis, it is proved that the EU countries differ in terms of indicators characterizing the level of digitalization, these countries can be divided into three groups that significantly differ from each other. The most developed countries show better indicators, thus it is necessary to take into account the patterns of their development.

Список використаної літератури

1. Vectors of Digital Transformation. OECD Digital Economy Papers. № 273. OECD Publishing. 2019. URL: <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>. <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>
2. The Rise of Digital Challengers. Digital. McKinsey. URL: <https://digitalchallengers.mckinsey.com/>.
3. Бажал Ю., Бакуменко В., Бондарчук І. та ін. Інформаційна економіка. Роль інформації у формуванні ринкової економіки: монографія / за заг. ред. І. Розпутенка. Київ: К.І.С., 2004. С. 33–57.
4. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6. С. 105–112.
5. Мешко Н. П., Сазонець О. М., Джусов О. А. та ін. Стратегії високотехнологічного розвитку в умовах глобалізації: національний та корпоративний аспекти: монографія. Донецьк: Юго-Восток, 2012. 470 с.
6. Соколова Г. Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1 (51). С. 92–96.
7. Negroponte N. Being Digital. Knopf, 1995. 256 p.
8. Доклад о цифровой экономике 2019. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf.
9. Моніторинг глобальних трендів цифровізації. URL: <https://www.company.rt.ru/upload/iblock/d79/2018.pdf>.
10. Internet World Stats. URL: <https://internetworldstats.com/>.
11. Все буде digital: названі країни-лідери за рівнем розвитку цифрової економіки. URL: <https://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/nazvany-strany-lidery-po-urovnyu-razvitija-tsifrovoj-ekonomiki-3848422>.
12. Digital Economy and Society Index Methodological note. URL: https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/desi-2018-methodology_E886EDCA-B32A-AEFB-07F5911DE975477B_52297.pdf.
13. The Digital Economy and Society Index (DESI). URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi>.
14. Internet Usage Statistics. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
15. 2019 Human Development Index Ranking. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking>.

16. Global Innovation Index. URL: <http://statisticstimes.com/ranking/global-innovation-index.php>.
17. ICT specialists in employment. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/ICT_specialists_in_employment.

References

1. Vectors of Digital Transformation. OECD Digital Economy Papers. № 273. OECD Publishing. 2019. URL: <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>.
2. The Rise of Digital Challengers. Digital. McKinsey. URL: <https://digitalchallengers.mckinsey.com/>.
3. Bazhal YU., Bakumenko V., Bondarchuk I. ta in. Informatsiyana ekonomika. Rol informatsiyi u formuvanni rynkovoyi ekonomiky: monohrafiya / za zah. red. I. Rozputenka. Kyiv: K.I.S., 2004. P. 33–57.
4. Kolyadenko S. V. Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennya v Ukrayini ta sviti. Digital economy: preconditions and stages of formation in Ukraine and in the world. Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannya nauky i praktyky. № 6. P. 105–112. [In Ukrainian].
5. Meshko N. P. Sazonets' O. M., Dzhusov O. A., Pirog O. V., Sardak S. Ye. Stratehiyi vysokotekhnolohichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsiyi: natsional'nyy ta korporatyvnyy aspekty: monohrafiya. Strategies for high-tech development in a globalizing environment: national and corporate aspects, Donets'k: Yuho-Vostok, 2012. 470 p.
6. Sokolova H. B. Deyaki aspekty rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky v Ukrayini. Some aspects of the development of the digital economy in Ukraine. Ekonomichnyy visnyk Donbasu. 2018. № 1 (51). P. 92–96.
7. Negroponte N. Being Digital. Knopf, 1995. 256 p.
8. Doklad o tsifrovoy ekonomike 2019. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf.
9. Monitorynh hlobalnykh trendiv tsyfrovizatsii. URL: <https://www.company.rt.ru/upload/iblock/d79/2018.pdf>.
10. Internet World Stats. URL: <https://internetworldstats.com/>.
11. Vse bude digital: nazvani krayiny-lidery za rivnem rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky. URL: <https://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/nazvany-strany-lidery-po-urovnju-razvitija-tsifrovoj-ekonomiki-3848422>.
12. Digital Economy and Society Index Methodological note. URL: https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/desi-2018-methodology_E886EDCA-B32A-AEFB-07F5911DE975477B_52297.pdf.
13. The Digital Economy and Society Index (DESI). URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi>.
14. Internet Usage Statistics. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
15. 2019 Human Development Index Ranking. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking>.
16. Global Innovation Index. URL: <http://statisticstimes.com/ranking/global-innovation-index.php>.
17. ICT specialists in employment. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/ICT_specialists_in_employment.

УДК 339.72

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

Мар'яна Ліфанова

Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна

Резюме. Розкрито особливості впливу глобальних економічних трансформацій на світову економічну систему. Проаналізовано зміни, що відбуваються у регіональній структурі інвестиційного ринку традиційних «старих» міжнародних фінансових центрів. Зазначено, що сучасні фінансові центри утворюються у місцях концентрації капіталу, незалежно від того, наскільки значною є ця концентрація у тому чи іншому фінансовому центрі та наскільки вільним є проведення у них фінансових операцій. Важливим сегментом розвитку міжнародних фінансових центрів, який визначає сучасні тенденції їх розвитку є інвестиційний ринок. Досліджено Індекс інвестиційної привабливості, який є одним з відомих міжнародних індикаторів інвестиційного клімату. Здійснено огляд надходжень прямих іноземних інвестицій окремих країн за період 2017–2018 років. Встановлено, що основним отримувачем прямих іноземних інвестицій залишаються США, Китай, Гонконг. На США припадає майже третина глобальних фінансових активів, це близько 40%. Встановлено, що до списку лідерів найбільших інвесторів відносять Японію, материковий Китай, Францію. Визначено, що через різке падіння усіх світових фондових індексів та поширення пандемії коронавірусу COVID-19, фіктивний капітал скоротився до неймовірно рекордних обсягів. Це спричинило найбільший відтік капіталу, який коли-небудь реєструвався. Зазначено, що після глобальної фінансової кризи відбудеться тенденція до зниження рівня просторової концентрації фінансових активів, у світі відбудеться поступовий перерозподіл активності з розвинутих фінансових ринків на ті, що розвиваються. Аналогічний висновок зроблено на основі прогнозу американської компанії Bloomberg, яка змоделювала чотири сценарії впливу COVID-19 на світову економіку, згідно з якими світова економіка у 2020 році може втратити 3% ВВП або 2,7 трлн дол. Визначено, що усі держави повинні мобілізувати наявні та не наявні внутрішні ресурси для підтримки бізнесу та економіки, подолання наслідків кризи.

Ключові слова: інвестиції, трансформація, капітал, міжнародний фінансовий центр, глобалізація, фінансова криза, коронавірус.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.261

Отримано 31.03.2020

UDC 339.72

TRANSFORMATION OF THE INTERNATIONAL INVESTMENT MARKET IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION CHALLENGES

Mariana Lifanova

Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Summary. The peculiarities of the global economic transformations impact on the world economic system are revealed. Changes in the regional structure of the investment market of traditional «old» international financial centers are analyzed. It is noted that modern financial centers are formed in places of capital concentration, no matter how significant this concentration is in particular financial center and how free they are for financial transactions. An important segment of international financial centers development, determining the current trends of their development is the investment market. The Investment attractiveness index, which is one of the most well-known international indicators of the investment climate, is investigated. The direct foreign investment inflows of individual countries for the period 2017–2018 are reviewed. It is established that the main

recipient of direct foreign investment is the USA, China and Hong Kong. The US accounts almost one third of global financial assets, that is approximately 40%. It is established that the list of the greatest investors leaders include Japan, mainland China and France. It is determined that, due to the sharp fall in all world stock indices and the spread of COVID-19 coronavirus pandemic, fictitious capital has declined to extremely record levels. This resulted in the largest capital outflow ever recorded. It is noted that after the global financial crisis the tendency to decrease the level of spatial financial assets concentration will occur, gradual redistribution of activity from developed financial markets to the developing ones will take place in the world. The similar conclusion is made on the basis of the forecast by American company Bloomberg, which simulated four scenarios of COVID-19 impact on the world economy, according to which the world economy can lose 3% of GDP or 2.7 trillion dollars in 2020. It was determined that all states should mobilize all available and unavailable domestic resources to support business and economy to overcome crisis consequences.

Key words: investments, transformation, capital, international financial center, globalization, financial crisis, coronavirus.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.261

Received 31.03.2020

Постановка проблеми. Сучасні глобальні економічні трансформації здійснюють безпрецедентний вплив на світову економічну систему. Це виявляється у посиленні процесів фінансової глобалізації, яка має об'єктивний характер і є закономірним результатом нарощування масштабів транскордонного переміщення фінансових активів, посилення інтернаціоналізації національних фінансових систем, лібералізації й конвергенції валютних, інвестиційних і кредитних ринків. Фінансова глобалізація забезпечує ефективну алокацію капітальних ресурсів у масштабах світового господарства й оперативну трансформацію заощаджень у капітал та поєднує глобальний попит на капітал з його глобальною пропозицією.

Закономірним результатом фінансової глобалізації є формування єдиного загальнопланетарного фінансового ринку, що є одним з ключових компонентів глобального ринку і пов'язаний із системою економічних відносин між фінансовими центрами з приводу акумулювання вільних грошових ресурсів та їх перерозподілу між країнами, регіонами у глобальному масштабі [1].

За умов динамічного нарощування масштабів і диверсифікації світового фінансового ринку, він дотепер залишається вкрай асиметричним та характеризується глибокими регіональними диспропорціями розподілу глобального фінансового капіталу. Ця асиметричність має дві форми. По-перше, це кількісне домінування фінансових ринків провідних міжнародних фінансових центрів над фінансовими ринками решти країн за обсягами здійснюваних операцій та вартістю фінансових інструментів, що є в обігу на них. По-друге, домінування провідних міжнародних фінансових центрів за якісними характеристиками розвитку фінансових ринків, а саме: складом учасників, ступенем цінкових коливань на фінансові активи та волатильністю ринків. У сукупності ці характеристики забезпечують високу привабливість фінансових ринків провідних міжнародних фінансових центрів для інвесторів і кредиторів з усього світу.

Ідентифікація трансформацій, які відбуваються у структурі сучасних фінансових ринків, є необхідною з точки зору визначення масштабів перерозподілу конкурентних сил між регіонами світу на глобальному фінансовому ринку. Усі вищезазначені аспекти зумовлюють актуальність теми дослідження.

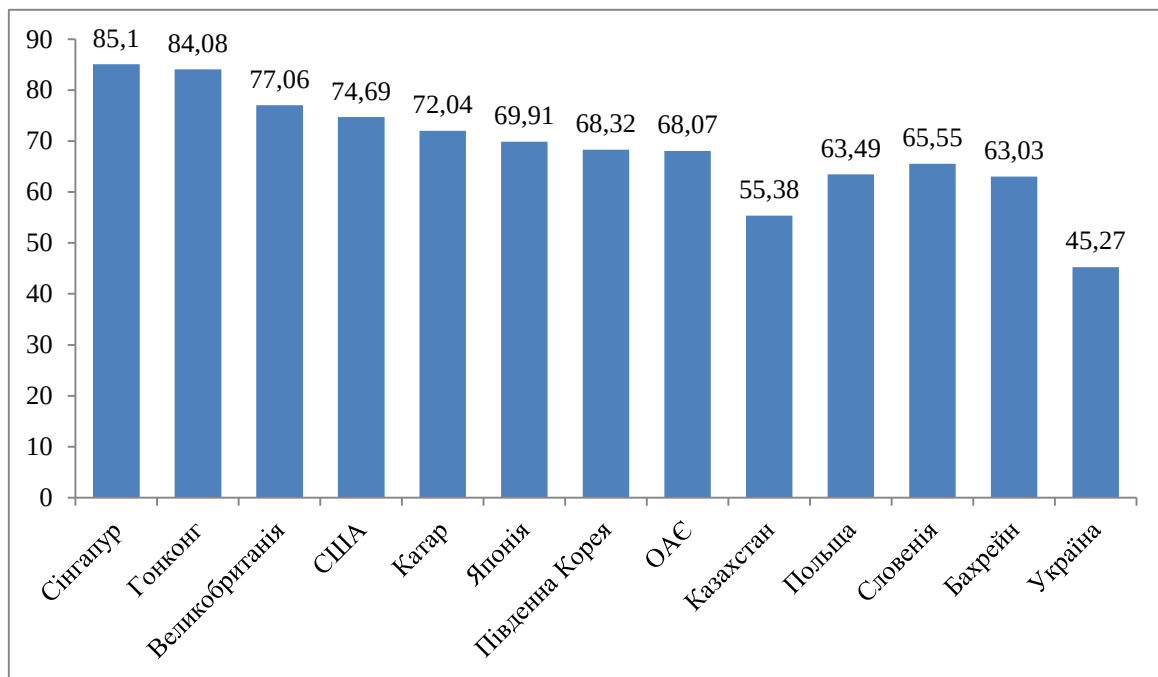
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню напрямів та масштабів руху прямих іноземних інвестицій і загальних тенденцій розвитку світового фінансового ринку та його сегментів присвячені праці багатьох науковців.

Результати досліджень із зазначених питань також представлено в аналітичних виданнях міжнародних фінансових інститутів та науково-дослідних установ, а саме: Міжнародного валютного фонду, Світового банку, Банку міжнародних розрахунків, Всесвітнього економічного форуму, Світової федерації бірж, Глобального інституту McKinsey, агенції Bloomberg тощо.

Однак, не зважаючи на велику кількість проведених досліджень, питання щодо покращення інвестиційного клімату в світі загалом та Україні зокрема, особливо в період економічної нестабільності через поширення COVID-19, потребує подальшого дослідження.

Мета статті – дослідження трансформації міжнародного інвестиційного ринку в умовах глобалізованих викликів та розроблення напрямів щодо можливих шляхів його покращення в контексті настання глобальної економічної кризи.

Виклад основного матеріалу. Важливим сегментом розвитку міжнародних фінансових центрів, який визначає сучасні тенденції їх розвитку, є інвестиційний ринок. Одним з відомих міжнародних індикаторів інвестиційного клімату є Індекс інвестиційної привабливості (International Business Compass) (рисуюнок 1).



Рисуюнок 1. Індекс International Business Compass окремих країн за 2018 р.

Figure 1. International Business Compass Index of particular countries, 2018

Примітка: сформовано автором на основі статистичних даних [2].

BDO Business Compass дає оцінку інвестиційної привабливості країни, представляючи інформацію у трьох вимірах: економічні фактори, політико-правове поле, соціально-культурні умови.

У рейтингу інвестиційної привабливості країн світу International Business Compass за 2018 р. у першу п'ятірку увійшли Сінгапур, Гонконг, Швейцарія, Нідерланди, Ірландія, Данія. Україна у рейтингу займає 132 позицію, поряд з Беніном та М'янмою. Погіршення відбувалося у всіх категоріях [2].

Серед розвинутих країн лідером є Європа та Північна Америка. У 2016 р. і 2017 р. спостерігалось збільшення частки інших країн. Левова частка як вхідних ПІІ, так і вихідних припадала на Азію. Найменша частка країн Океанії. Отже, найбільші частки світового обсягу ПІІ як прямих, так і вихідних припадають на Європу та Азію. Це свідчить про регіональну нерівномірність (таблиця 1).

Глобальні потоки прямих іноземних інвестицій продовжили свій спад у 2018 році, знизившись на 13% до 1,3 трлн. дол. США. Дане падіння ПІІ відбулося в основному через великі репатріації накопиченої іноземної валюти у прибутках

багатонаціональних підприємствах США в перших двох кварталах 2018 року, після податкових реформ, запроваджених наприкінці 2017 року. Падіння відбулося, незважаючи на 18% зростання транскордонних злиттів та поглинань – від 694 млрд. доларів у 2017 році до 816 млрд. доларів у 2018 році.

Таблиця 1. Динаміка ППІ в різних регіонах у 2014–2017 рр.

Table 1. FDI dynamics in different regions in 2014–2017 (Billions of dollars)

Група країн/регіони	Приток ППІ, млрд. дол.				Відплив ППІ, млрд. дол.			
	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
Всі країни	1 324	1 921	1 868	1430	1 253	1 594	1 452	1 430
Розвинуті країни	563	1141	1 133	712	708	1 173	1 044	989
Європа	272	595	565	334	221	666	515	498
Північна Америка	231	511	494	300	353	370	365	335
Інші країни	60	35	74	78	134	137	164	56
Країни, що розвиваються	704	744	670	671	473	389	383	421
Африка	71	57		42	28	18	18	14
Азія	460	516	475	476	412	339	363	405
Латинська Америка і Карибський басейн	170	169	140	151	31	31	1	1
Океанія	2	2	2	2	2	1	1	
Країни з перехідною економікою	57	36	64	47	73	32	25	20

Примітка: сформовано автором на основі статистичних даних [3].

У 2018 році основним отримувачем ППІ у світі залишається США (252 млрд. дол. США) (рисунк 2). На другому місці – Китай із 139 млрд. дол. США, а на третьому – Гонконг (116 млрд. дол. США). Далі йдуть Великобританія та Сінгапур.

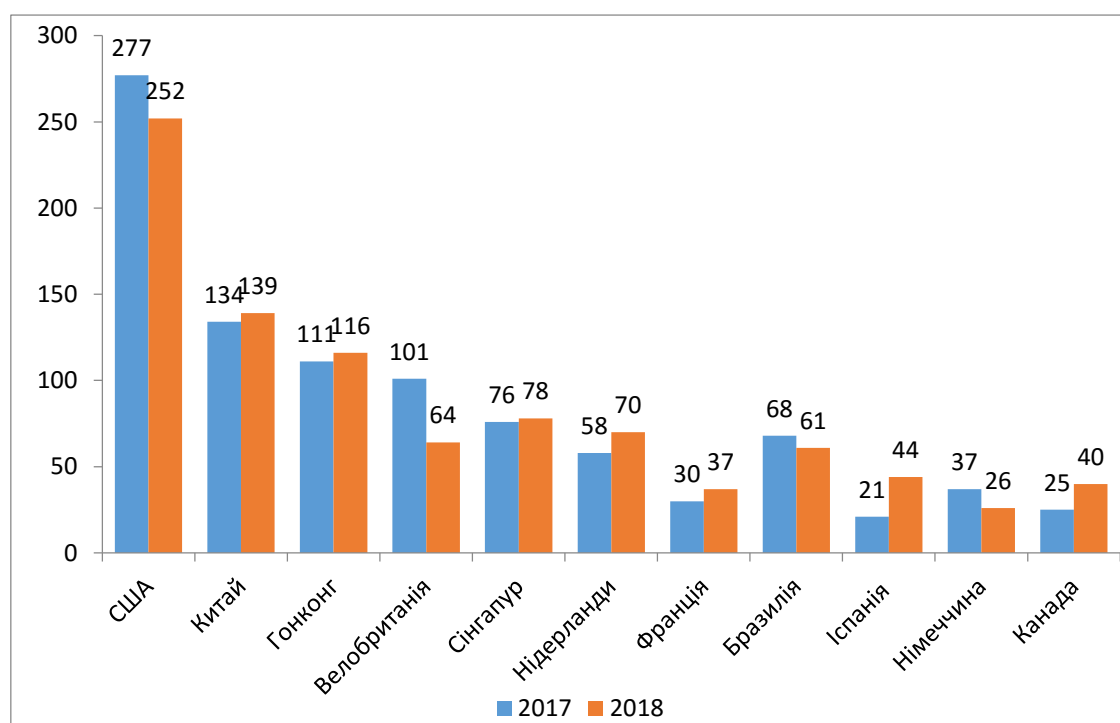


Рисунок 2. Основні країни-отримувачі ППІ у світі в 2017–2018 рр. (млрд. дол. США)

Figure 2. Main countries FDI recipients in the world in 2017–2018 (Billions of dollars)

Примітка: сформовано автором на основі статистичних даних [3].

США зберегли своє традиційне перше місце за обсягом отриманих іноземних інвестицій. Америка лідирувала за цим показником із початку 1980-х, коли ЮНКТАД почала збір даних про фінансові потоки, винятком був лише 2014 рік, коли на верхній рядок вибився Китай. Це свідчить про провідну роль корпорацій США у глобальних процесах, які за характером і масштабами торговельно-інвестиційної експансії випереджають промислові та фінансові компанії інших країн. Проте, ця ситуація починає змінюватися за рахунок посилення позицій ТНК КНР, які відіграють провідну роль у розподілі світового ВВП й у сучасних світових економічних процесах.

У списку лідерів найбільших інвесторів можна віднести Японію, материковий Китай, Франція, Гонконг, Німеччину (рисунк 3)

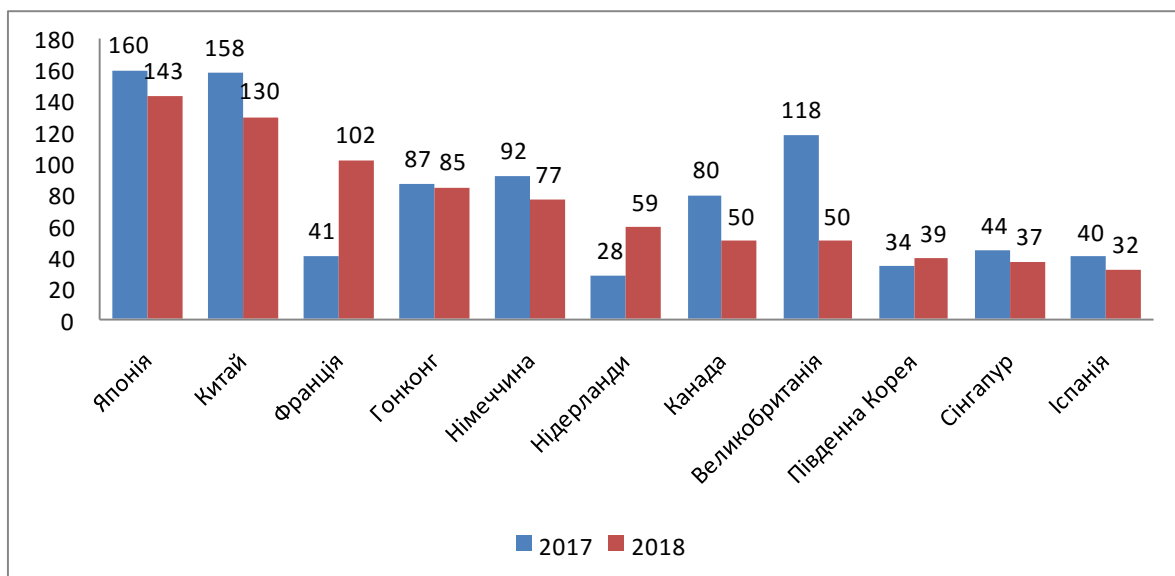


Рисунок 3. Основні країни-інвестори у світі 2017–2018 рр. (млрд. дол. США)

Figure 3. Main countries-investors in the world in 2017–2018 (Billions of dollars)

Примітка: сформовано автором на основі статистичних даних [3].

Перспективними напрямками щодо залучення ПІІ у 2020 рр., згідно з бізнес-дослідженням ЮНКТАД, як і раніше планувалося, будуть ринки США, Китаю та Індії. Рейтинг складався з урахуванням поглядів керівників у різних галузях промисловості. Проте, у кінці лютого 2020 р. американські індекси показали найбільше падіння з часів фінансової кризи 2008 року. Експерти спрогнозували, що світ очікує потужна економічна криза у 2020 році. Каталізатором цієї кризи став спалах коронавірусу COVID-19, який став першим «чорним лебедем» для світової економіки. Спочатку Китай, а згодом і весь світ відчули скорочення ВВП, зниження інвестиційної активності, сповільнення темпів економічного зростання та зменшення попиту на світових ринках сировини. На початку березня 2020 р. світові ринки відчули вплив другого «чорного лебедя» – обвалилися ціни на нафту, після того, як ОПЕК та Росія не змогли досягти домовленості про скорочення видобутку нафти, а разом з ними і фондові ринки.

За даними Міжнародного валютного фонду, від початку поширення пандемії коронавірусу у світі іноземні інвестори вивели з країн, що розвиваються, рекордні 83 мільярди доларів – це максимальний відтік капіталу, який коли-небудь реєструвався [4].

Аналітики американської компанії Bloomberg спрогнозували можливі наслідки впливу кризи на світову економіку. Агенція змоделювала чотири ймовірні сценарії розвитку подій, згідно з якими світова економіка у 2020 році може втратити 3% ВВП або 2,7 трлн дол [5].

Таблиця 2. Чотири сценарії впливу COVID-19 на світову економіку

Table 2. Four scenarios of COVID-19 impact on the world economy

Сценарій	Дата подолання епідемії	Ймовірність, %	Оцінка зростання реального ВВП Китаю у 2020 р., %
Оптимістичний	Кінець лютого	25	5,7
Базовий	Кінець березня	50	5,4
Песимістичний	Кінець червня	20	4,5
Катастрофічний	Епідемія не подолана 2020 року	5	4

Примітка: сформовано автором на основі [5].

У першому оптимістичному сценарії експерти агентства прогнозують, що Китай, з якого розпочалося поширення вірусу, візьме його під контроль, а економіка країни в другому кварталі 2020 року справиться з його наслідками, то вплив на економіку всього світу буде незначний. Це досить реальний сценарій, оскільки до кінця лютого вже 80% виробничих потужностей Китаю повернулися до норми, а до кінця квітня можуть і всі 100% [5].

Згідно з другим базовим сценарієм Bloomberg, Китаю на відновлення економіки до нормальної потрібно більше часу. Крім того, значного впливу зазнають Південна Корея, Італія, Японія, Франція та Німеччина – найбільші економіки, окрім Китаю, у яких зафіксовано максимальна кількість випадків захворювання коронавірусом. За підрахунками аналітиків, глобальний ріст економіки зменшиться до 2,3%, тоді як у першому сценарії цей показник становить 3,1%.

Відповідно до третього песимістичного сценарію, економіки Південної Кореї, Італії, Японії, Франції та Німеччини постраждають ще більше. Сповільнення очікує і на інші великі країни – США, Індію, Великобританію, Канаду та Бразилію – через зусилля, скеровані на стримування поширення вірусу всередині держав.

У четвертому сценарії Bloomberg пандемія набуває глобального масштабу. Світову економіку очікує рецесія у США, країнах Європи, Японії та уповільнене зростання в Китаї. Прогноз має значний ступінь невизначеності, але експерти вказують, що поточна траєкторія економіки Китаю виводить її на зростання лише на 1,2% за підсумками першого кварталу 2020 року.

Сьогодні практично всі експерти погоджуються з тим, що епідемію подолують у першому кварталі 2020 року, фінансова криза буде відчутною, але короткотерміною. Однак, на мою думку, вже зараз можна сказати, що глобальний фінансовий світ розвиватиметься за четвертим, останнім та найгіршим сценарієм, оскільки сукупність багатьох чинників – торговельна війна між США та Китаєм, падіння цін на нафту, обвал фондових індексів, втеча інвесторів, з країн, що розвиваються, пандемія корона вірусу – спричинили глобальну фінансову кризу, яка, ймовірно, буде тривалою і складнішою, ніж попередня, яка сама по собі була найважчим падінням з часів Великої депресії 1920–1930-х років [6].

Світові кризи сильно позначаються й на економіці України, різко знизилася вартість ВВП-варантів і єврооблігацій України. Варто також врахувати той фактор, що Україна є сировинною країною і наша економіка дуже суттєво залежить від цін на сировину: кореляція між динамікою ВВП та цінами на сировину близька до 90% [7]. Для

боротьби з кризою багато країн вже створили антикризові штаби і розробили низку антикризових заходів, спрямованих на порятунок бізнесу від наслідків фінансової кризи у вигляді податкових пільг для інвестицій, дешеві кредити для малого та середнього бізнесу. Щодо України, то вітчизняні експерти переконують, що необхідно створити антикризовий план й антикризову програму на 2020–2021 роки для стабілізації макроекономічної ситуації. Доцільно підготувати і запустити інфраструктурні проекти у форматі ДПП (порти, аеропорти), зокрема, під державні гарантії. Саме інфраструктурні проекти в кризу є важливою підтримкою економіки, стимулюючи створення робочих місць. Китай в 2008–2009 році виділив до 10% ВВП на такі проекти, що дозволило безболісно пройти кризу [8].

На мою думку, необхідно створити Міжнародний фінансовий центр Київ за участю міжнародних фінансових інститутів і роботою з британського права з метою залучення іноземних інвестицій у проекти з розвитку енергосектору, а також транспортної та цифрової інфраструктури (підготовка проекту 2 роки, старт – після завершення кризи). Запуск ринку «зелених» облігацій дасть змогу Україні залучити 73 млрд. дол. США до 2030 року [10].

Водночас, щоб залучити іноземних інвесторів на фінансовий ринок України, необхідно здійснити ряд заходів (рисунок 4):

1. Фондовий ринок України, як інфраструктурний елемент ринкової економіки, потрібно перетворити в дієвий механізм реалізації економічної стратегії держави; нормативну базу і регулювання фінансових послуг привести у відповідність до світових стандартів; підвищити стандарти корпоративного управління до рівня директив Євросоюзу та очистити ринок від компаній, діяльність яких не відповідає вимогам чинного законодавства; підвищити рівень законодавчого захисту прав інвесторів та інших учасників ринку цінних паперів.

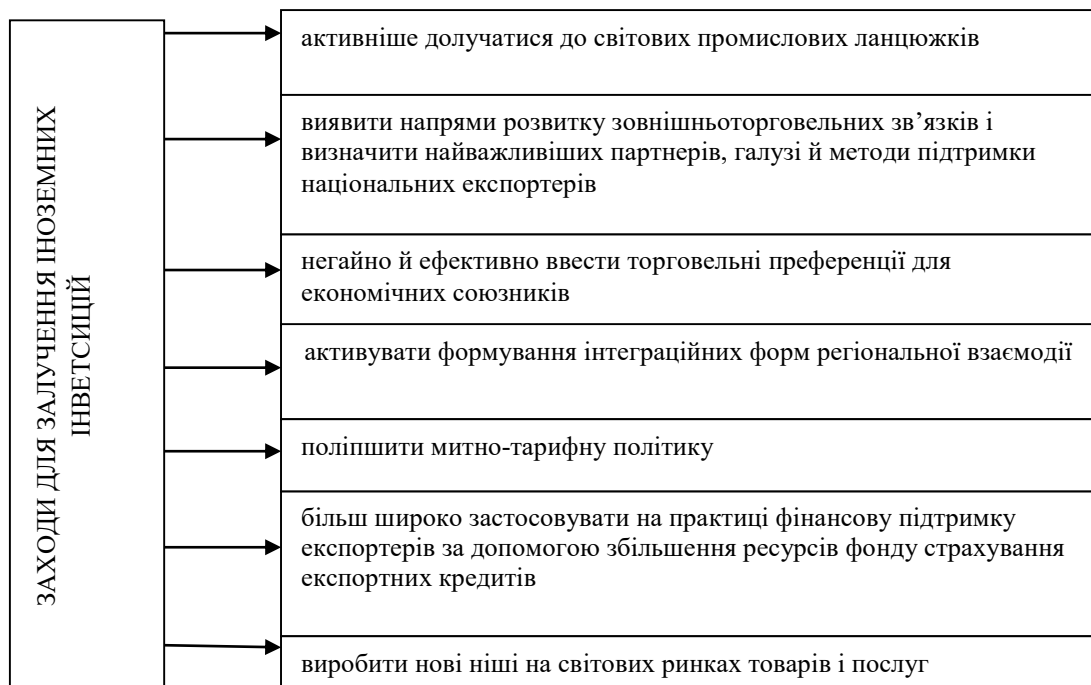


Рисунок 4. Заходи для залучення іноземних інвестицій в Україну

Figure 4. Measures to attract foreign investment to Ukraine

Примітка: сформовано автором.

2. Держава має сприяти зміцненню інституційних основ; посиленню взаємозв'язку фондового ринку з реальним сектором економіки; відкриттю сегментів ринку, пов'язаних із високотехнологічними секторами економіки, консультаційних та інформаційних центрів допомоги учасникам ринку фінансових інвестицій, що призведе до залучення у біржову торгівлю нових інституційних та індивідуальних інвесторів і сприятиме підвищенню капіталізації вітчизняних фондових бірж. Їх укрупнення дозволить сформувати стандартні критерії лістингу та ринкові ціни.

3. Необхідно якісно підвищити вимоги до професійних учасників фондового ринку за рахунок активної і послідовної позиції ДКЦПФР щодо впровадження електронного документообігу та наскрізної автоматизації їх діяльності; переглянути вимоги бірж до фінансових показників, що зумовлюють допуск цінних паперів у лістинг; стимулювати первинне публічне розміщення цінних паперів (ІРО); розширити компетенції Комісії з цінних паперів щодо встановлення порядку ведення фінансового обліку та складання фінансової звітності; встановити єдині для всіх професійних учасників фондового ринку вимоги до розрахунку власних коштів.

4. Наглядові органи фінансової системи повинні прагнути підтримувати баланс між збереженням фінансової стабільності, підтриманням стійкості банківської системи та підтриманням економічної активності. Слід заохочувати банки до використання гнучкості в існуючих нормативних актах, наприклад, шляхом використання їх буферів капіталу і ліквідності, і проводити перегляд умов кредитування для позичальників, які відчувають стрес. Розкриття інформації про ризики й чітке інформування про наглядові очікування також будуть необхідні для належного функціонування ринків у майбутньому періоді.

Висновки. Проаналізувавши усе вищезазначене, варто наголосити на тому факті, що усі держави мобілізують усі наявні та не наявні внутрішні ресурси для підтримки бізнесу та економіки для подолання наслідків кризи. Звичайно, безпечнішою формою пошуку ресурсів є використання накопичених резервів та насичення економіки фінансовими ресурсами шляхом їх емісії. Проте, ці методи носять тимчасовий характер та запроваджуються на період надзвичайної економічної ситуації. Водночас такий інструмент дозволять м'яко вийти з кризи та не потрапити в кабалу від зовнішніх кредиторів. Важливим є той фактор, що такий інструмент не буде нести майбутнього навантаження на бюджет, а відтак, дозволить легше пережити період скорочення надходжень до бюджетів усіх рівнів через ситуацію спричинену економічною кризою та прийняттям спеціальних законів з підтримки бізнесу.

Conclusion. Analyzing the above mentioned, it should be emphasized that all states mobilize all available and unavailable domestic resources to support business and economy to overcome crisis consequences. Obviously, the safest form of resource search is accumulated reserves use and quantitative easing by emission. However, these methods are temporary and introduced during the period of economic emergency. At the same time, such instrument makes it possible to overcome crisis easily and be independent on external creditors. It is important that such instruments does not load the budget and, therefore, make it easier to get over the period of earnings shortfalls to budgets of all levels due to the situation caused by the economic crisis and adoption of special laws for business support.

Список використаної літератури

1. Столярчук Я., Галенко О., Шлапак А. Фінансові ринки Південно-Східної Азії: диверсифікаційна панорама: монографія. К.: Новий друк, 2016. 332 с.
2. BDO International Business Compass. URL: <https://www.bdo-ibc.com/index.php?id=16>.
3. World Investment Report 2019. UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_en.pdf.

4. Георгієва К. Світовій економіці загрожує нова Велика депресія. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/01/20/656032/>.
5. Coronavirus Could Cost the Global Economy \$2.7 Trillion. Here's How. URL: <https://www.bloomberg.com/graphics/2020-coronavirus-pandemic-global-economic-risk>.
6. Бураковський І. Коронавірус: епідемія як економічний шок. URL: <https://rpr.org.ua/news/koronavirus-epidemiia-iak-ekonomichnyy-shok/>.
7. Журба А. Збитки від коронавірусу можуть коштувати світовій економіці 2,7 трильйонів доларів. URL: https://zaxid.net/zbitki_vid_koronavirusu_mozhut_koshtuvati_svitoviy_ekonomitsi_27_trilyoniv_dolariv_n1498952.
8. Coronavirus: A visual guide to the economic impact. URL: <https://www.bbc.com/news/business-51706225>.
9. Coronavirus: The world economy at risk. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/7969896b-en.pdf?expires=1585595982&id=id&accname=guest&checksum=74D8B41581A66DB398F8F8A053C5FE25>.
10. Амелін А. Економічна криза – 2020: які наслідки для України та як з цим впоратись. URL: https://zik.ua/blogs/ekonomichna_kryza_2020_yaki_naslidky_dlia_ukrainy_ta_iak_z_tsym_vporatys_962014.

References

1. Stolyarchuk Ya., Halenko O., Shlapak A. Finansovi rynky Pivdenno-Skhidnoyi Aziyi: dyversyfikatsiyna panorama: monohrafiya. K.: Novyy druk., 2016. [In Ukrainian].
2. BDO International Business Compass. URL: <https://www.bdo-ibc.com/index.php?id=16>.
3. World Investment Report 2019. UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_en.pdf.
4. Heorhiyeva K. Svitoviy ekonomitsi zahrozhuye nova Velyka depresiya. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/01/20/656032/>. [In Ukrainian].
5. Coronavirus Could Cost the Global Economy \$2.7 Trillion. Here's How Available at: <https://www.bloomberg.com/graphics/2020-coronavirus-pandemic-global-economic-risk>
6. Burakovskyy I. Koronavirus: epidemiya yak ekonomichnyy shok. URL: <https://rpr.org.ua/news/koronavirus-epidemiia-iak-ekonomichnyy-shok/>. [In Ukrainian].
7. Zhurba A. Zbytky vid koronavirusu mozhut' koshtuvaty svitoviy ekonomitsi 2,7 tryl'yoniv dolariv. URL: https://zaxid.net/zbitki_vid_koronavirusu_mozhut_koshtuvati_svitoviy_ekonomitsi_27_tril. [In Ukrainian].
8. Coronavirus: A visual guide to the economic impact. URL: <https://www.bbc.com/news/business-51706225>.
9. Coronavirus: The world economy at risk. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/7969896b-en.pdf?expires=1585595982&id=id&accname=guest&checksum=74D8B41581A66DB398F8F8A053C5FE25>.
10. Amelin A. Ekonomichna kryza – 2020: Yaki naslidky dlya Ukrayiny ta yak z tsym vporatys'. URL: https://zik.ua/blogs/ekonomichna_kryza_2020_yaki_naslidky_dlia_ukrainy_ta_iak_z_tsym_vporatys_962014. [In Ukrainian].

УДК 334.722.24:339.9(100)

ФЕНОМЕН СІМЕЙНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІК КРАЇН СВІТУ

Юлія Солоненко; Ілля Чкареулі

Донецький національний університет імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна

Резюме. Присвячено феномену транснаціональних сімейних компаній та їх ролі у системі розвитку економік країн світу. Відомими представниками сімейних транснаціональних корпорацій є: Австрія (Red Bull, Swarovski Crystal), Данія (Lego), Франція (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Німеччина (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Італія (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Японія (Toyota, Suntory), Південна Корея (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), Південна Африка (De Beers), Нідерланди (Heineken), США (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton, Mars, Wal-Mart) та інші. Запропоновано дифініцію «сімейна транснаціональна корпорація». Визначено сутність сімейних транснаціональних корпорацій та виявлено їхні основні характеристики. Теоретичною основою функціонування сімейного бізнесу є трикомпонентна модель, яка складається з сім'ї, власності та управління. Сімейна транснаціональна корпорація розглядається і трактується нами як динамічна адаптивна система, яка самореалізується, зорієнтована на довгострокову перспективу глобального розвитку, складається з основного підприємства та зарубіжних філій, суттєво впливаючи на економіку країн дислокування. Сімейна транснаціональна корпорація сповідує сімейні цінності, формує міжнародну репутацію, передбачає кваліфіковану наступність, позиціонує себе як соціальний інститут, прагне підвищувати професійність бізнесу і ефективність сім'ї, застосовуючи в управлінні і управління сім'ї, що складає її особливість та впливає на успішність ведення міжнародного бізнесу. Нами акцентовано увагу на управлінській структурі сімейної транснаціональної корпорації, до якої належать зі сторони сім'ї: сімейні збори, сімейна рада, сімейний офіс та зі сторони корпоративного управління: збори акціонерів, рада директорів, консультативна рада та топ-менеджмент. Зазначено, що наступність сприяє безперервності розвитку сімейної транснаціональної корпорації. Доведено, що спеціалізовані активи забезпечують позитивний вплив на ефективність функціонування транснаціональних корпорацій сімейного типу.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, сімейна транснаціональна корпорація, сімейний бізнес, управлінська структура сімейного бізнесу.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.270

Отримано 28.03.2020

UDC 334.722.24:339.9(100)

THE PHENOMENON OF FAMILY TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE WORLD ECONOMIES SYSTEM

Yuliia Solonenko; Ilyia Chkareuli

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. The paper deals with the phenomenon of multinational family-owned companies and their role in the system of economic development of the countries of the world. The most well-known representatives of multinational corporations are: Austria (Red Bull, Swarovski Crystal), Denmark (Lego), France (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Germany (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Italy (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Japan (Toyota, Suntory), South Korea (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), South Africa (De Beers), Netherlands (Heineken), the USA (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton,

Mars, Wal-Mart) and others. The definition of «family transnational corporation» is proposed. The essence of family-owned multinational corporations is identified and their main characteristics are revealed. The theoretical background of family business is three-component model consisting of family, ownership and management. The family-owned multinational corporation is considered and interpreted by us as a dynamic, self-fulfilling, adaptive system, focused on the long-term global development prospects, consisting of main enterprise and foreign branch offices, significantly affecting the economy of location countries. The family-owned multinational corporation follows the family values, forms the international reputation, provides qualified succession, presents itself as a social institution, aims at business professional competence and family efficiency improvement, applying family management in managing, being distinctive and affecting the international business success. We focus on the management structure of the family-owned, transnational corporation including on the part of the family: family meetings, family council, family office, and on the part of the corporate management: shareholder meetings, board of directors, advisory board and top management. It is stated that succession contributes to the continuous development of the family multinational corporation. It is proved that specialized assets have positive impact on multinational family-type corporations functioning.

Key words: multinational corporation, family multinational corporation, family business, management structure of family business.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.270

Received 28.03.2020

Постановка проблеми. Головними провідниками сучасних світових економічних процесів транснаціоналізації є мультифункціональні об'єднання – транснаціональні корпорації (ТНК), які здійснюють відчутніший вплив на хід розвитку міжнародних економічних відносин. Транснаціональною корпорацією вважається масштабне об'єднання, що застосовує у своїй господарській діяльності міжнародний підхід і передбачає розвиток та формування міжнародного виробничо-збутового, торговельного та фінансового комплексу з єдиним центром прийняття рішень у країні базування, з філіями, дочірніми компаніями в інших країнах та представництвами.

Стрімкий процес транснаціоналізації, який характерний для сучасної глобальної економіки, великою мірою визначає структуру, динаміку і рівень конкурентоспроможності на світовому ринку товарів та послуг, а також трансфер технологій та знань, міжнародний рух капіталу. Отже, сімейні транснаціональні корпорації разом із своїми закордонними філіями все активніше діють на міжнародній арені, ставши однією із головних суб'єктів світової економіки.

Діяльність сімейних ТНК посідає важливе місце в економіці розвинених країн, що пояснюється наявністю сприятливого інвестиційного клімату, історичними зв'язками, активною інноваційною діяльністю, розвинутою інфраструктурою тощо. В останні роки сімейні ТНК почали з'являтися й в країнах, що розвиваються, оскільки виступають потенційними носіями економічного зростання і ринкових відносин.

Розвиток взаємовідносин між країнами різного рівня соціально-економічного розвитку й транснаціональними корпораціями є складним процесом взаємодії міжнародних елементів та національних, який створюється шляхом розв'язання широкого кола соціальних, економічних і політичних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти аналізу функціонування та розвитку сектору транснаціональних корпорацій та сімейного бізнесу висвітлювалися у роботах таких вітчизняних авторів, як О. Мадараш, В. Мацука, Т. Ніколенко, М. Савченко, І. Скавронська, Ю. Солоненко, А. Щербак та інших. Дослідженням даного питання займається чимало зарубіжних вчених, наприклад, Дж. Даннінг [1] сформулював еkleктичну парадигму з метою пояснення моделі інвестиційної діяльності транснаціональних корпорацій; Г. Кейвс [2] звернув увагу на діяльність ТНК у країнах, що розвиваються і в перехідних економіках в умов контрoверсійної політики національних урядів. С. Хаймер [3] присвятив свою роботу багатонаціональним корпораціям та міжнародному розподілу праці. Цінний внесок у дослідження цієї проблематики здійснила і низка вітчизняних дослідників, зокрема,

Ю. Макогон та К. Лисенко [4] у своїх роботах обґрунтовують інвестиційну привабливість перехідних економік, тоді як Е. Молчанова [5] розглядає взаємодію транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України. Результати різних наукових досліджень є досить суперечливими і неоднозначними, тому функціонування ТНК, особливо сімейних, і досі залишаються актуальними напрямками наукових досліджень.

Метою статті є аналіз сучасного стану транснаціональних корпорацій, загалом, та сімейних транснаціональних корпорацій, зокрема.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: дослідити феномен транснаціональних корпорацій у системі світового господарювання, розкрити сутність ТНК з позицій сімейного бізнесу та проаналізувати спеціалізовані активи, які забезпечують позитивний вплив на ефективність функціонування транснаціональних корпорацій сімейного типу.

Виклад основного матеріалу. Згідно з офіційним визначенням Комісії ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), ТНК – це компанія, яка має господарські одиниці у двох чи більше країнах незалежно від їх юридичного статусу та сфери діяльності; оперує у рамках системи прийняття рішень, що дозволяє проводити узгоджену політику та здійснювати загальну стратегію через єдиний керівний центр; в якій окремі одиниці пов'язані через власність або в інший спосіб так, що одна або декілька з них можуть мати значний вплив на діяльність інших, ділити знання, ресурси і відповідальність з іншими [6]. До сімейних транснаціональних компаній можна віднести: Novartis, Roche, Walmart, Facebook, Anheuser-Busch, InBev, Oracle, Samsung Electronics, Volkswagen.

Транснаціональна корпорація – це потужна компанія корпоративного бізнесу, яка діє в рамках міжнародного масштабу і відіграє вирішальну роль у посиленні світогосподарських зв'язків; це гігантські, широко диверсифіковані як в галузевому, так, і у географічному плані господарські структури, які за своєю економічною потужністю порівнюються до деяких держав [7].

Кількість транснаціональних корпорацій збільшилася з 1970 року: на той період часу було зареєстровано лише 7000 подібних фірм, нині їх у світі налічується близько 91000.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. спостерігається інтенсивне зростання зовнішньоекономічної діяльності, в якій транснаціональні корпорації (ТНК) виступають торговцями, інвесторами, розповсюджувачами сучасних технологій, стимуляторами міжнародної трудової міграції. Ці компанії відіграють провідну роль в інтернаціоналізації виробництва, у процесі розширення і поглиблення виробничих зв'язків між підприємствами різних країн. На початок третього тисячоліття міжнародне виробництво товарів і послуг у рамках ТНК становило 7% світового ВВП. ТНК займають передові позиції у світовому виробництві в галузях електроніки, автомобілебудування, хімічній і фармацевтичній промисловості. З діяльністю ТНК пов'язані сподівання й розчарування більшості країн світу, оскільки ці корпорації створили розвинуту мережу виробничої, науково-технічної, інвестиційної, торгової та культурної взаємозалежності країн і заклали підвалини глобальної економіки.

Завдяки численним дослідженням вчені-економісти дійшли висновку, що диверсифікація філій, які знаходяться в різних країнах надійніше гарантує стабільність отримання прибутків, ніж такі важливі чинники, як великий абсолютний розмір компанії та міра диверсифікованості її виробничої програми всередині країни [8].

Виділяють такі типи транснаціональних корпорацій:

1. Акціонерне товариство (АТ) мобілізує капітал випуском цінних паперів: акцій і облігацій. Власники акцій товариства є водночас співвласниками товариства і мають право на участь в управлінні ним. А власники облігацій не беруть участь в

управлінні і є лише кредиторами товариства. За своєю сутністю акціонерне товариство є приватним, його особливість – вільне обертання цінних паперів на відкритих ринках капіталів.

2. S-корпорації: характерне поєднання рис корпорації та партнерства (в ньому обмежена кількість тримачів акцій). Вони несуть обмежену відповідальність, уникаючи водночас подвійного оподаткування.

3. Холдингова компанія – власниця контрольного пакета акцій дочірніх товариств ТНК. Ця компанія здійснює загально-стратегічне керівництво, фінансове, бухгалтерське планування, статистичний облік, наукові дослідження і розробки, зв'язок з громадкістю. Підконтрольні підрозділи пов'язані з головною компанією виробничими і технологічними відносинами. Зокрема це такі підрозділи:

- філії та відділення, які не мають юридичної та фінансової самостійності;
- дочірні акціонерні товариства, що є юридичними особами, які зберігають певну незалежність у фінансовій та науково-дослідницькій діяльності, але частково або повністю належать за капіталом холдингу ТНК;
- конкретні підприємства – первинні ланки організаційної структури ТНК, що здійснюють виробничу, збутову, обслуговуючу, фінансово-кредитну і науково-дослідну діяльність.

Сімейна транснаціональна корпорація розглядається і трактується нами як динамічна адаптативна система, яка самореалізується, зорієнтована на довготермінову перспективу глобального розвитку, сповідує сімейні цінності, формує міжнародну репутацію, передбачає кваліфіковану наступність, позиціонує себе як соціальний інститут, прагне підвищувати професійність бізнесу та ефективність сім'ї, застосовуючи поліструктурне управління.

Діяльність ТНК – це діяльність, націлена на отримання прибутку, в якій, якщо бізнес іменують сімейним, мають бути задіяні кілька, а не один із членів родини (принаймні в майбутньому, якщо бізнес передається із покоління у покоління).

При цьому існує низка визначень сімейного бізнесу, де йдеться про те, що сімейним бізнес може вважатися виключно у тих випадках, якщо ним займалося хоча б два покоління.

Основними характеристиками сімейного бізнесу є те, що:

- сім'я володіє більшістю голосуючих акцій або ефективно контролює бізнес;
- один або кілька членів сім'ї (або подружжя) беруть участь в управлінні бізнесом;
- більше, ніж одне покоління є чи буде в майбутньому брати участь у бізнесі.

Останній з цих трьох пунктів вирізняє сімейні ТНК з інших тим, що звичайна ТНК не обов'язково буде передаватися наступному поколінню. Компанія визначається як сімейна, з точки зору власності, якщо сім'я володіє не менше ніж 25% голосуючих акцій (європейська модель сімейного бізнесу), а решта акцій знаходяться у невеликих меншоритарних акціонерів.

До однієї з вагомих характеристик життєстійкості сімейного бізнесу належить наступність, яка забезпечує його континуум. Наступність у сімейному бізнесі ми розглядаємо як динамічний багатоаспектний сукцесійний процес, який забезпечує безперервність його функціонування, стимулює адаптаційний та інноваційний потенціал компанії, передбачає експертизу бізнесу, а також формує взаємозв'язок мети, змісту, організаційних форм і вимог до рівня готовності потенційних наступників.

Процес наступності в сімейному бізнесі умовно можна розділити на такі етапи: усвідомлення власником необхідності передачі бізнесу наступному поколінню; підготовка до наступності; планування наступності, вибір потенційного кандидата; підготовка кандидата; підготовка бізнесу до передачі; діагностика готовності кандидата;

експертиза бізнесу; процес передачі бізнесу; консультативний супровід наступника колишнім власником.

Феномен сімейного бізнесу такий, що сімейні підприємства будуючи систему управління, вводять у структуру управління сімейним бізнесом як корпоративне управління, так і управління сім'ї [9].



Рисунок 1. Структура управління сімейною транснаціональною корпорацією

Figure 1. Management structure of family multinational corporation

Управлінська структура сімейного бізнесу буде залежати від багатьох чинників: розміру бізнесу, розміру сім'ї, числа акціонерів, персоналізації вищого керівництва компанії в аспекті їх родинного чи неродинного походження. Наприклад, вимоги до управління в першому чи в другому поколінні також будуть значно відрізнятися від керівництва зрілих поколінь сімейного бізнесу.

Сімейна рада є частиною структури управління сім'ї і зазвичай створюється у великих сімейних компаніях, де чисельність родини перевищує 30 осіб. Сімейна рада як представницький орган узгоджує інтереси сім'ї в межах сімейного бізнесу. Вона виступає посередником між членами родини та керівництвом компанії. Наприклад, сімейна рада може виробляти політику відносно того, кому дозволено володіти акціями компанії або критерії залучення членів сім'ї до бізнесу. Члени сімейної ради також можуть бути відповідальними за складання Сімейного статуту, обговорювати та пропонувати кандидатури до ради директорів.

Сімейна рада відрізняється від ради директорів тим, що вона є інструментом об'єднання сім'ї навколо цінностей, які вони сповідують, та довготермінових цілей, які вони ставлять, водночас як рада директорів розробляє стратегію розвитку сімейного бізнесу. Сімейна рада об'єднує членів сім'ї, які працюють та не працюють в компанії, представників різних поколінь, демонструючи, якомога ширший сімейний зріз.

Сімейна рада організовує та утримує Сімейний офіс – інвестиційний, консультативний та адміністративний сімейний центр. Офіс обслуговує членів сім'ї у питаннях індивідуальної сімейної інвестиційної діяльності. Це зазвичай облік, управління та адміністрування сімейних активів, таких як акції, складові бізнесу, інвестиційні портфелі, майнові володіння та благодійні фонди. Працівниками Сімейного офісу здійснюється моніторинг з питань дотримання норм оподаткування, страхування,

планування фінансових операцій та внутрішньо-сімейних трансакцій: дарування, успадкування тощо.

Можливість володіння акціями у сімейному бізнесі залежить від бачення родини. Статутний капітал компанії варіюється від покоління до покоління власників сімейного бізнесу. Акціонерний капітал можна розділити на:

1. Акції, які мають право на отримання дивідендів чи капіталу.
2. Акції, які мають право голосу та не мають права на отримання дивідендів чи капіталу.
3. Привілейовані акції, які мають дуже обмежене право голосу, але надають можливість переважного права на отримання фіксованого дивіденду (практика не всіх сімейних компаній) [10].

Концепція різних класів акцій може бути корисною з точки зору індивідуалізації потреб акціонерів сімейного бізнесу. Більшість сімейних компаній проводять загальні збори акціонерів один раз на рік. Питання, які вирішують на зборах, це:

- затвердження дивідендних виплат;
- розгляд річних фінансових звітів компанії та результатів аудиторських перевірок;
- обрання членів ради директорів, призначення аудиторської перевірки на наступний фінансовий рік тощо.

Для легітимізації зборів акціонерів необхідно створити кворум. Якщо акціонер не має змоги взяти участь у голосуванні, статут компанії дозволяє призначити когось, (відомого, як проксі), хто уповноважений від імені акціонера бути присутнім та голосувати на зборах. Вплив акціонера на прийняття рішень залежить від відсотка голосуючих акцій. Особливо значимі відсотки від 26% до 49%, це надає змогу блокувати спеціальну резолюцію, 50% дозволяє блокувати звичайну резолюцію, більше 50% – прийняти звичайну резолюцію, 75% або більше – прийняти спеціальну резолюцію. Спеціальні резолюції стосуються таких важливих питань, як зміна назви компанії, внесення змін до статуту компанії, зміна статусу компанії тощо.

Корпоративне управління компанією здійснюється також Радою директорів. Рада директорів є органом, який визначає стратегію розвитку компанії, несе відповідальність за нагляд і управління бізнесом, яке здійснює вище керівництво, забезпечує доступ до інформації та відстоює права всіх акціонерів. Експертну професійну допомогу Раді директорів надають члени Консультативної ради. Керівництво вищої ланки втілює стратегію розвитку, безпосередньо керуючи компанією в щоденному режимі. Обрання на посади найвищих керівників повинно прямувати залежати від професійних компетенцій претендентів. Ці посади, а саме: Топ-менеджмент та посада Генерального директора компанії можуть носити і несімейний характер. Саме керівники вищої ланки в більшій мірі забезпечують життєстійкість, конкурентоспроможність, високі темпи економічного зростання компанії.

Багато сімейних компаній стали впізнаваними завдяки своїм брендам. Популярними світовими брендами сімейного бізнесу є: Австрія (Red Bull, Swarovski Crystal), Данія (Lego), Франція (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Німеччина (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Італія (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Японія (Toyota, Suntory), Південна Корея (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), Південна Африка (De Beers), Нідерланди (Heineken), США (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton, Mars, Wal-Mart).

Престиж, досягнутий брендом, часто використовується як парасольковий бренд, так як він поєднується з широким вибором продукції компанії і передає стиль життя та почуття приналежності клієнта до бренду. Бренд стає елементом нематеріальних активів фірми і працює на майбутнє фірми.

Сімейний бізнес, особливо той, який успішно переходив від одного покоління до іншого, пройшов випробування часом. Підкреслюючи здатність сім'ї в підтримці бізнесу протягом багатьох років, створюються традиції, спрямовані на сімейні цінності, єдність, гармонію та дотримання якості. З іншого боку, це відповідає образу, який відклався у свідомості клієнта і асоціюється з брендом компанії, який включає в себе уявлення про продукт, ідеї, послуги, часто носить ім'я творця фірми.

За даними дослідження, результати опитування респондентів свідчать, що окремий бренд сімейного бізнесу може внести свій вклад у репутацію компанії в надійності (81%), у соціальній відповідальності (70%), орієнтації на якість (68%) і орієнтації на клієнта (67%). Додатково 65% респондентів повідомили, що вони використовують свою корпоративну репутацію, щоб мати кращі позиції на ринку, в тому числі міжнародному, в порівнянні з їх несімейними конкурентами [11; 12].

Сімейний бізнес завжди був поширеним в азіатських країнах. До сімейного бізнесу в широкому його розумінні на 2017 р. відносилось більше 60% від загальної кількості фірм у таких країнах, як Індія, Філіппіни, Таїланд, Сінгапур, Малайзія, Індонезія, Гонконг, трохи менше 60% – у Південній Кореї, 35% – у Тайвані, 13% – в Китаї [13].

Особливо популярним сімейний бізнес є в Індії, чому, з точки зору ментальності, посприяла кастова система. Дослідники, що вивчають азіатський сімейний бізнес, також часто зазначають, що однією із причин його популярності є азіатська замкненість родинних відносин від стороннього ока і недовіра до чужих людей, що часто стає причиною задіяності у бізнесі саме членів родини.

У Європі сімейний бізнес також доволі поширений. Такий бізнес складає більше 72% від загальної кількості європейських компаній [14].

Порівняльна характеристика сімейних транснаціональних корпорацій та ТНК свідчить про позитивний вплив управлінської структури сімейного бізнесу та інших спеціалізованих активів на розвиток транснаціональних корпорацій різних галузей на виручку впродовж року.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика сімейних ТНК та ТНК за рівнем доходу у 2018 році*

Table 1. Comparative characteristics of family MNCs and MCs by income level in 2018*

№	Галузь промисловості	Сімейні ТНК	Дохід у 2018 р.	ТНК	Дохід у 2018 р.	Відхилення, (ТНК/Сімейні ТНК) %
1	Роздрібна торгівля	Wal-Mart Stores	\$ 514,405 млрд.	Metro Group	\$ 66 млрд	-779%
2	Автомобільна промисловість	Toyota Motor	\$ 480,8 млрд.	General Motors	\$ 38,4 млрд	-1252%
3	Автомобільна промисловість	Ford Motor Company	\$ 160,3 млрд.	Honda Motor	\$ 70.3 млрд	-228%
4	Роздрібна торгівля	Nestlé S. A.	\$ 91,4 млрд.	PepsiCo	\$ 64,6 млрд	-141%

Примітка: *Складено авторами на основі контент-аналізу інформації з Інтернет-джерел за 2019 р.

Відповідно до проведеного аналізу можна зробити висновок, що сімейні транснаціональні компанії у 2018 році показали кращі результати за отриманими доходами. Проводячи паралель необхідно зазначити те, що прибутки будь-якої компанії залежать від системи управління. Дворівнева система управління сімейними

транснаціональними компаніями є гнучкіша до викликів зовнішнього середовища, дає кращий економічний ефект від своєї діяльності.

Висновок. Транснаціональні корпорації на нинішньому етапі розвитку світового господарства відіграють важливу роль, адже вони прискорюють науковий та технічний процес і впливають на економіки країн. Ураховуючи все вищесказане, можна виділити основні особливості транснаціоналізаційних процесів. По-перше, на сучасному етапі розвитку світового господарства спостерігається стрімке зростання кількості транснаціональних корпорацій. По-друге, прискорюються явища злиття і поглинання. Найбільш стабілізаційні процеси відбуваються у функціонуванні сімейних транснаціональних корпорацій. Відмічається бурхливий розвиток надвеликих транснаціональних корпорацій, зокрема і сімейних. Успіх сімейного бізнесу, загалом, та сімейних транснаціональних компаній, зокрема, залежить від планування, підготовки та реалізації наступності, навчання протягом життя, безперервності професійних знань, довготермінових перспектив глобального розвитку, формування міжнародної репутації, організаційної культури, ефективної командної роботи. Диверсифікація бізнесу, інтернаціоналізація, соціальні орієнтири, благодійність, сповідування сімейних цінностей, відданість сім'ї та бізнесу, складна система комунікаційних зв'язків сімейного, соціального, професійного характеру та впровадження поліструктурної системи управління – все це повністю синхронізується з діяльністю сімейних транснаціональних корпорацій.

Conclusion. Thus, multinational corporations play an important role in the current stage of world economic development, as they accelerate the scientific and technical process and affect the economies. Considering the above mentioned, we can distinguish the main features of transnationalism processes. First, there is rapid increase in the number of multinational corporations at the current stage of global economy. Secondly, the phenomena of merger and acquisition are accelerating. The most stabilizing processes occur in the family-owned multinational corporations functioning. In general, the rapid development of very large multinational corporations, including family corporations, is noted. Summarizing our investigation, we note that the success of family businesses, in general, and family multinational companies, in particular, depends on planning, preparation and implementation of succession, life-learning, professional knowledge continuity, long-term prospects for global development, formation of international reputation, organizational culture, effective team work. Business diversification, internationalization, social orientation, charity, following the family values, devotion to family and business, complex system of communication links of family, social, professional nature and implementation of multi-structural management system – all this entirely is in sync with transnational activities.

Список використаної літератури

1. Dunning J. H. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? *Journal of International Business Studies*. 1998. No. 29 (1). P. 45–66. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490024>
2. Caves R. E. *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 324 p.
3. Hymer S. H. The multinational corporation and the international division of labor. *The Multinational Corporation: A Radical Approach*. Papers by Stephen Herbert Hymer. Cambridge University Press: Cambridge, 1979. 534 p.
4. Макогон Ю. В., Лисенко К. В. Інвестиційна привабливість України в умовах трансформації світового господарства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2012. Вип. 1. Т. 1. С. 7–26.
5. Молчанова Е. Взаємодія транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України. URL: <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/ukraine>.
6. Міжнародна економіка. Транснаціональні корпорації. URL: https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni_korporatsiyi.
7. Астапович А. З. Транснациональный капитал США в мировом хозяйстве. М.: Наука, 1990. 200 с.

8. Рокоча В. Трансакційні корпорації. Причини виникнення і розвитку ТНК. URL: <http://readbookz.com/book/50/2010.html>.
9. Солоненко Ю. В. Управління сімейним бізнесом в умовах ринкової економіки. Економіка і організація управління. 2016. № 3 (23). С. 417–423. <https://doi.org/10.1016/j.arcped.2015.12.006>
10. Drake A. Understanding Family business. A Practical Guide for the Next Generation. Institute for Family Business. London, 2009. 70 p.
11. Astrachan C. B., Astrachan J. H. Family Business Branding. Leveraging stakeholder trust. London: IFB Research Foundation, 2015.
12. Families in Business for the long term. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu>.
13. Family Business, a key driver of Asian economies. URL: <http://www.kpmgfamilbusiness.com/family-business-a-key-driver-of-asian-economies/>.
14. Final report of the Expert Group. Overview of Family-Business- Relevant Issues: research, networks, policy measures and existing studies: Institute for Family Business. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>.

References

1. Dunning J. H. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? Journal of International Business Studies. 1998. No. 29 (1). P. 45–66. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490024>
2. Caves R. E. Multinational Enterprise and Economic Analysis. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 324 p.
3. Hymer S. H. The multinational corporation and the international division of labor. The Multinational Corporation: A Radical Approach. Papers by Stephen Herbert Hymer. Cambridge University Press: Cambridge, 1979. 534 p.
4. Makogon Y. V., Lisenko K. V. Investicijna privablivist' Ukraïni v umovah transformacii svitovogo gospodarstva. Teoretichni i praktichni aspekti ekonomiki ta intelektual'noï vlasnosti. 2012. Vol. 1. T. 1. P. 7–26.
5. Molchanova E. Vzaemodiya transnacional'nih korporacij z nacional'nimi ekonomikami na prikladi Ukraïni. URL: <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/ukraine>.
6. Mizhnarodna ekonomika. Transnacional'ni korporacii. URL: https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni_korporatsiyi.
7. Astapovich A. Z. Transnacional'nyj kapital SSHA v mirovom hozyajstve. M.: Nauka, 1990. 200 p.
8. Rokocha V. Transakcijni korporacii. Prichini viniknennya i rozvitku TNK. URL: <http://readbookz.com/book/50/2010.html>.
9. Solonenko Y. V. Upravlinnya simejnim biznesom v umovah rinkovoï ekonomiki. Ekonomika i organizaciya upravlinnya. 2016. № 3 (23). P. 417–423. <https://doi.org/10.1016/j.arcped.2015.12.006>
10. Drake A. Understanding Family business. A Practical Guide for the Next Generation. Institute for Family Business. London, 2009. 70 p.
11. Astrachan C. B., Astrachan J. H. Family Business Branding. Leveraging stakeholder trust. London: IFB Research Foundation, 2015.
12. Families in Business for the long term. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu>.
13. Family Business, a key driver of Asian economies. URL: <http://www.kpmgfamilbusiness.com/family-business-a-key-driver-of-asian-economies/>.
14. Final report of the Expert Group. Overview of Family-Business- Relevant Issues: research, networks, policy measures and existing studies: Institute for Family Business. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>.

УДК 65.012.32:338;316.347

ПОЛЬЩА, ЛИТВА, УКРАЇНА: НАЦІОНАЛЬНІ ДІЛОВІ КУЛЬТУРИ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ІНТЕГРАЦІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ І СВІТОВИХ РИНКАХ

Єгор Чеботарьов; Вячеслав Чеботарьов

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
Старобільськ, Україна

Резюме. Пандемія COVID-2019 і недосконалість регуляторної політики нафтового картеля ОПЕК та Угоди ОПЕК+, внаслідок чого у сучасних умовах не тільки критично загострилася ситуація на світових товарних, фінансових і фондових ринках, а й посилилася інституціональна нестабільність у світі. Актуалізують також проблему формування нових інтеграційних центрів бізнесу. Вони виступають як системоутворюючі чинники суспільства. Найбільш ефективні такі інтеграційні центри може бути засновані на субрегіональній внутрішньоконтинентальній основі (однак, вони за суттю не можуть бути багаточисельними). На європейському континенті подібного роду інтеграційний бізнес-центр може бути сформований на основі близьких за своїм змістом національних ділових культур Польщі, Литви та України. На підґрунті дослідження еволюції розроблення даної проблематики у світовій науці надано авторську дефініцію категорії «національні ділові культури», показано композицію та співупорядкованість чинників, котрі формують зміст означеного міждисциплінарного феномену. Розкрито сутність параметрів, які у сучасній компаративістиці використовуються для характеристики національних ділових культур («Дистанція влади», «Індивідуалізм», «Мужність», «Уникання невизначеності», «Довготермінова орієнтація», «Індульгенція»). З використанням методичного інструментарію економічної компаративістики (та з заохоченням власних емпіричних розробок) проведено порівняльний аналіз ділових культур Польщі, Литви та України. Визначено пріоритетні галузі та сфери інтеграції бізнес-формувань в межах внутрішніх національних ринків даної групи країн, а також зміст відповідної міжрегіональної взаємодії. Висунуто ідею щодо сворення на основі інтеграції їх бізнесу (як функції близькості та взаємодоповнюваності національних ділових культур Польщі, Литви й України) розширеного інтеграційного бізнес-утворення в межах ринків країн колишньої Речі Посполитої: Польщі, Литви, України, Латвії, Естонії, Словаччини, Румунії, Болгарії й Білорусі та Молдови.

Ключові слова: національні ділові культури, параметри національних ділових культур, міжнародна підприємницька діяльність, інтеграція, Польща, Литва, Україна.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.279

Отримано 31.03.2020

UDC 65.012.32:338;316.347

POLAND, LITHUANIA, UKRAINE: NATIONAL BUSINESS CULTURES AS INTEGRATION DETERMINANT IN EUROPEAN AND WORLD MARKETS

Iegor Chebotarov; Viacheslav Chebotarov

Luhansk Taras Shevchenko National University, Starobilsk, Ukraine

Summary. COVID-2019 pandemic and the imperfection of regulatory policy of OPEC oil cartel and OPEC+ Agreement resulted at present not only in crucial escalation of situation in the world commodity, financial and stock markets, but in increased institutional instability in the world as well, making the problem of new integration business centers formation very important. They act as society system-forming factors. The most

effective integration centers of such kind can be founded on subregional inland bases (however, in fact, they can not be numerous). On the European continent, such integration business center can be formed on the basis of close, in content, national business cultures of Poland, Lithuania and Ukraine. Based on the investigation of the evolution of this problem development in the world science, the author gives the definition of «national business cultures» category, shows the composition and co-ordination of the factors forming the content of the indicated interdisciplinary phenomenon. The essence of parameters used in modern comparative studies to characterize national business cultures («Power distance», «Individualism», «Courage», «Uncertainty avoidance», «Long Term Orientation», «Indulgence») is revealed. Comparative analysis of the business cultures of Poland, Lithuania, and Ukraine is carried out using the methodological tools of economic comparative studies (and with the implementation of own empirical developments). The priority areas and spheres of business entities integration within the domestic national markets of the given group of countries are identified, as well as the content of relevant interregional interaction. The idea to form on the basis of their business integration (as the function of proximity and complementarity of national business cultures of Poland, Lithuania and Ukraine) the extended integrational business formation within the markets of former Rzeczpospolita countries: Poland, Lithuania, Ukraine, Latvia, Estonia, Slovakia, Romania, Bulgaria, Belarus and Moldova is advanced.

Key words: national business cultures, parameters of national business cultures, international entrepreneurial activity, integration, Poland, Lithuania, Ukraine.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.279

Received 31.03.2020

Постановка проблеми. Стрімке поширення в кінці 2019 – початку 2020 рр. COVID-2019, а потім й обвал цін на світовому ринку нафти, показав недостатню ефективність регуляторної політики не тільки глобальних міжнародних організацій (в даному випадку Всесвітньої організації охорони здоров'я, картелю ОПЕК і Угоди ОПЕК +), але і окремо взятих розвиненіших країн світу.

На цьому тлі, не ставлячи під сумнів необхідність вдосконалення діяльності міжнародних організацій всесвітнього характеру, істотно актуалізується проблематика формування нових інтеграційних центрів бізнесу як цементуючої основи сучасного суспільства. Цілком логічно, що такі центри можуть вибудовуватися тільки на основі стійких інтеграційних процесів бізнес-структур. Однак, формування такого роду процесів є можливим лише у тому випадку, якщо вони будуть спиратися на сукупність загальних глибоких економічних, інституціональних і природно-географічних основ, властивих їхнім державам.

Одна з подібних фундаментальних основ втілюється в такому складному міждисциплінарному феномені міжнародних економічних відносин, міжнародного підприємництва та економічної компаративістики, як національна ділова культура.

Досвід інтербеллума (часового періоду між першою й другою світовими війнами) і останніх десятиліть новітньої історії підтверджує висновки теоретико-методологічних розроблень даної проблематики: інтеграційні процеси бізнес-структур, що формуються під впливом близьких (подібних і взаємодоповнюючих) національних ділових культур, мають відповідати таким основним умовам-постулатам:

- мати глибокі інституціональні (історичні, національні та ментальні) «коріння» своїх держав;
- за своїм територіально-просторовим розташуванням мати субрегіональний внутріконтинентальний характер;
- охоплювати території держав з наявністю спільних кордонів і максимально вигідним географічним положенням.

Гносеологія пізнання та історія розвитку суспільства свідчать, що таких потенційно можливих ефективних і стійких інтеграційних центрів у світі в цілому, і перш за все – на європейському континенті, не може бути багато. Одним з таких можливих інтеграційних центрів може бути об'єднання бізнесу на частині території колишньої Речі Посполитої – федерації Королівства Польщі і Великого князівства Литви. В контексті реалій сучасного державного устрою Європи, це формування стійких довготермінових

різноманітних і взаємовигідних інтеграційних процесів бізнес-структур Польщі, Литви та України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи наукового знання теорії національних ділових культур заклали відомі вчені-менеджери з Нідерландів Г. Хофстеде [1; 2] та Ф. Тромпенаарс [3; 4]. Їх дослідження носили чітку практичну спрямованість. Г. Хофстеде спочатку проводив відповідні розроблення менеджерського характеру в рамках створеного ним же науково-дослідного відділу транс-національної корпорації IBM, а Ф. Тромпенаарс – як консультант провідних компаній світу (General Motors, British Petroleum і низки інших) з питань менеджменту в сфері крос-культурної взаємодії. Заснований в 1980 р. Г. Хофстеде перший у світі науковий центр з даної проблематики – Інститут досліджень крос-культурного співробітництва (the Institute for Research on Intercultural Cooperation – IRIC), на основі синтезу підходів обох авторів обґрунтував параметри-вимірювачі національних ділових культур, а саме: «Дистанція влади», «Індивідуалізм», «Мужність», «Уникання невизначеності», «Довгострокова орієнтація», «Індукція» [5].

Зазвичай, саме ці параметри-вимірювачі на основі досліджень IRIC і «Hofstede Insights» у сучасних умовах використовуються для аналізу й оцінювання національних ділових культур тих чи інших країн (або груп певних країн). Нині «Hofstede Insights» – авторитетна організація в світі, яка на постійній основі здійснює прикладні публічні дослідження національних ділових культур. Для цього використовуються методики, запроваджені засновниками теорії національних ділових культур Г. Хофстеде і Ф. Тромпенаарс: оцінювання крайніх показників виокремлених параметрів-вимірювачів від їх нижчого до вищого значення з кількісним виразом по кожній країні (в пунктах від 0 до 100).

У вісімдесяті роки ХХ століття в дослідженнях питань національних ділових культур виділився новий напрямок: комунікативний. У його рамках акцент робиться на аспекти комунікативної поведінки та взаємодії представників різних країн (носіїв різних культур); менеджерським питанням приділяється значно менша увага. Цей напрямок в історії науки цілком обґрунтовано пов'язують з ім'ям відомого вченого-практика з Англії Р. Льюїса. За характером комунікативної поведінки представників різних країн у бізнесі він виокремив групи з 2–4 країн з їх розташуванням на катетах своїх відомих трикутників [6; 7].

На рубежі ХХ–ХХІ століть активно стали розроблятися маркетингові питання теорії та практики національних ділових культур. Особливість маркетингового напрямку полягає у вибудовуванні досліджень на основі синтезу теорії та практики психоаналізу, з використанням знання історії, соціології та культурології. Найбільш аргументовано маркетинговий підхід у дослідженні національних ділових культур представлено у працях С. Рапай [8; 9].

У передових країнах світу на початку ХХІ століття інтенсивність розроблення питань національних ділових культур дещо знизилася. Проте, дана проблематика істотно актуалізувалася в колишніх соціалістичних країнах, які обрали євроінтеграційний курс. У Польщі ці аспекти отримали плідне розроблення в контексті реалізації практик менеджменту персоналу, а в Литві – у контексті розгляду особливостей економічної поведінки литовця [10].

У рамках обґрунтування перспективних профілів менеджерів питання національних ділових культур поставлено в перших спільних польсько-українських розробках з даної тематики [11]. З'явилися порівняльні дослідження національних ділових культур країн Центральної та Східної Європи на прикладі Німеччини, Франції,

Польщі, Угорщини та України [12]. Однак, спроби цілісних компаративних досліджень національних ділових культур Польщі, Литви та України, з перспективою обґрунтування інтеграції бізнесу цих країн, ще не набули поширення.

Мета статті – проведення компаративного міждисциплінарного аналізу національних ділових культур Польщі, Литви та України з обґрунтуванням перспективних напрямів інтеграції підприємницьких структур цих країн, у рамках їх національних ринків і на інших європейських та світових ринках.

Постановка завдання. Для досягнення окресленої мети визначено такі наукові завдання: класифікувати сутність параметрів-вимірювачів, які у сучасній світовій компаративістиці використовуються задля розкриття змісту національних ділових культур; визначити пріоритетні напрямки галузевої інтеграції бізнес-формувань Польщі, Литви та України на основі спільних рис національних ділових культур даних країн; актуалізувати проблематику формування нового інтеграційного утворення бізнесу країн Центральної та Східної Європи на підґрунті системного взаємовигідного співробітництва підприємницьких структур Польщі, Литви та України.

Задля досягнення поставленої мети використовуються методи єдності аналізу й синтезу, єдності логічного та історичного, методи групувань і порівняльного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Міждисциплінарний характер національних ділових культур зумовлюється широким охопленням факторів, які їх формують. Сукупність таких факторів за своєю композицією є структурована та співупорядкована і містить дві групи. Перша група чинників (економічні, інституціональні, міжнародні та психологічні) є визначальною. Друга група (демографічні, комунікативні, науково-технічні та природно-географічні) виступає як похідна по відношенню до першої групи.

У сучасній світовій науці є відсутнім системно-обґрунтоване категоріальне визначення дефініції «національні ділові культури».

Проведені теоретико-методологічні та науково-практичні розробки виступають підґрунтями для такого авторського визначення даної опірної категорії.

Національні ділові культури це – структурована система сукупності базових положень підприємницької діяльності, які еволюційно сформувалися і відтворюються у просторі та у часі. Ціннісних орієнтирів – поведінкових канонів і норм здійснення підприємництва, а також – традицій, стереотипів, атрибутів, ділової етики та комунікативної поведінки у бізнесі, котра за підсумком є властивою організаціям (підприємствам) певної країни та її загальнонаціональному змісту (країни в цілому або групі країн, які є близькими та взаємодоповнюючими за своїми відповідними сутнісними характеристиками).

Сутнісна характеристика основних рис національних ділових культур – виділених параметрів-вимірювачів, у розумінні «Hofstede Insights», вибудовується на основі асиміляції досягнень науки і практики світової економічної компаративістики й виглядає таким чином.

«Дистанція влади» – параметр, відповідно до якого дається визначення міри зосередження владних повноважень на вищих ієрархічних рівнях управління в організаціях (підприємствах, установах тощо). Або, навпаки, – віддаленість менеджерів середньої та нижчої ланок від прийняття реальних управлінських рішень у тих чи інших типах ділових культур різних країн (у країнах з високим показником дистанції влади не тільки менеджери-управлінці, але і суспільство в цілому, наявність саме подібного роду розподілу влади сприймаються як природні явища) [5].

«Індивідуалізм» – параметр, за яким класифікується ступінь поширення і культивування індивідуалістичного підходу при створенні та безпосередньому

здійсненні підприємницької діяльності. У країнах з високим показником цього параметра члени організації (і суспільства в цілому) орієнтовані на першочергову турботу індивідів про самих себе. В колективістських суспільствах навпаки – люди, які «входять» в організації, орієнтовані на те, що такі організації повинні дбати про них, а самі люди готові проявляти «лояльність» до організацій (різного рівня складності та сфер поширення) [5].

Особливо слід відзначити, що «Hofstede Insights» (услід за західним підходом у теорії національних ділових культур і системи західних цінностей у цілому) домінування індивідуалізму як такого, вважає перевагою в організації та реалізації підприємництва.

«Мужність» («Маскулінність») – параметр, який вказує на ступінь культивування успішності (та своєрідною героїзацією) досягнення кар'єри, а також на загальний рівень конкурентності бізнес-середовища як такого в тих чи інших країнах. Причому, домінування турботи про якість життя індивідів класифікується як ознака фемінізму. У країнах з високим рівнем мужності люди «живуть заради роботи», конфлікти в організаціях зазвичай вирішуються через боротьбу і конфлікти, а не завдяки взаємним поступкам та врахуванню інтересів (у тому числі партнерів, контр-агентів по бізнесу) [5].

«Уникання невизначеності» – параметр, за яким визначається внутрішньо властиві для бізнес-середовища різних типів національних ділових культур, прагнення менеджерів-управлінців уникнути невизначеності. Або, навпаки, – ідентифікація положення, коли природньою моделлю організації бізнес-діяльності вважається її нормальне функціонування в умовах досить високого рівня невизначеності (коли, невизначеність не викликає внутрішнього дискомфорту при веденні бізнесу) [5].

«Довготермінова орієнтація» – параметр, по якому оцінюються підходи використання часу у підприємницькій діяльності. Внутрішня орієнтованість менеджерів-управлінців концентрувати свої дії в рамках коротко і середньотермінової часової перспективи, або, навпаки, орієнтуватися на довготермінову перспективу. Високий показник даного параметра вказує на домінування у внутрішній схильності менеджерів до ведення бізнесу з орієнтацією на його досить тривалий цикл виробничо-комерційної діяльності (і, як наслідок, – на відповідні сфери підприємницької діяльності) [5].

«Індульгенція» («Поблажливість») – параметр, за яким в економічній компаративістиці розуміється поблажливе ставлення до абсолютизації у підприємстві ринкових «цінностей» егоїзму та прибутковості як таких, а також проникнення цих «цінностей» в усі інші сфери життєдіяльності суспільства. Полярністю індульгенції вважається самообмеження – певна стриманість і помірність при досягненні комерційного успіху, що задає вектор соціальної спрямованості бізнесу й відповідної орієнтованості розвитку суспільства в цілому [5].

На основі представленого викладу суті використовуваних у світовій економічній компаративістиці параметрів-вимірювачів національних ділових культур та із заохоченням власних емпіричних розробок за даною тематикою, проведемо їх порівняльний аналіз за досліджуваною групою країн.

На рисунку 1 зображено ілюстрацію характеристик національних ділових культур виокремлених країн за параметрами «Дистанція влади», «Індивідуалізм» і «Мужність», з їх відповідним кількісним оцінюванням (кількісне оцінки параметрів, як було відзначено, наводяться за даними «Hofstede Insights»).

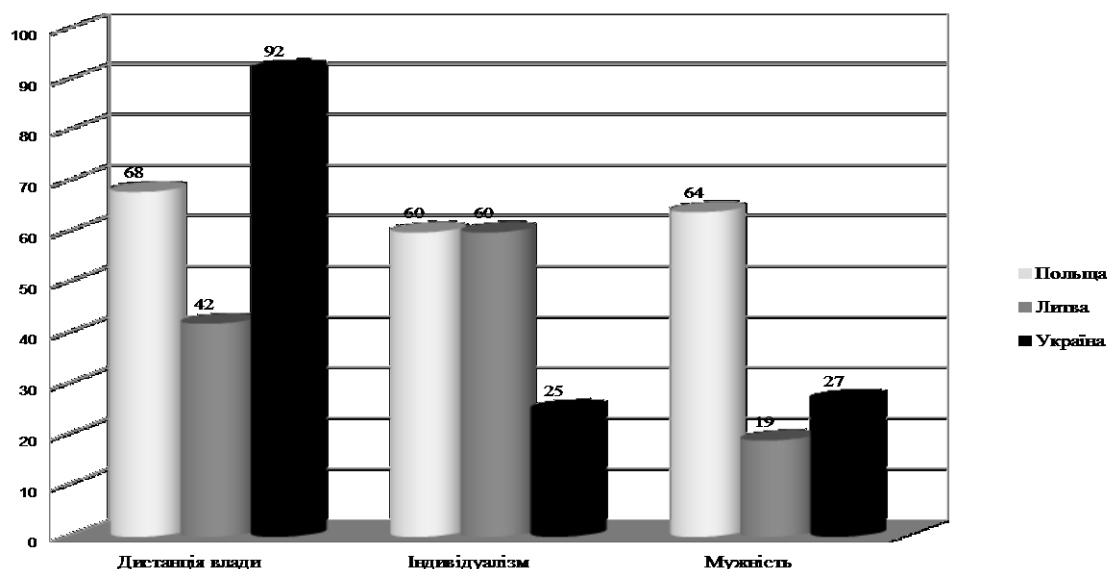


Рисунок 1. Компаративна характеристика національних ділових культур Польщі, Литви та України за параметрами «Дистанція влади», «Індивідуалізм» і «Мужність»*

Figure 1. Comparative characteristics of the national business cultures of Poland, Lithuania and Ukraine by the parameters «Power Distance», «Individualism» and «Courage»

*Складено за даними: [13].

За параметром «Дистанція влади» національні ділові культури аналізованої групи країн характеризуються широкою варіацією показників. Найменша віддаленість від влади менеджерів середньої та нижчої ланок управлінської вертикалі властива Литві (42%). За цим показником країна не сильно відрізняється від більш розвинених країн світу. Польща (68%) займає середнє положення, що в цілому відповідає розвиненим країнам Європи. Вищою з аналізованої групи країн віддаленість від влади є характерною для підприємницького середовища України (92%). Це – один з високих показників у світі, який за оцінюванням «Hofstede Insights», дещо поступається, наприклад, Словаччині (100%). У цьому відношенні Україна наближається до характеристик Румунії (90%).

Параметр «Індивідуалізм» показує абсолютний збіг у даному відношенні національних ділових культур Польщі та Литви (60%), що в цілому є досить типовим для країн Заходу. Україна за цим параметром (25%), відповідно до оцінювання «Hofstede Insights», є класичною країною колективістського підходу, котрий є типовим для країн Сходу.

За матеріалами авторських емпіричних досліджень, які було проведено у вигляді розгорнутих інтерв'ю аналітиків й анкетування представників бізнесу, показник України за цим параметром є значно вищим і незначною мірою відрізняється від показників Польщі, Литви, Естонії та Румунії. Тобто, Україна за параметром «Індивідуалізм» займає приблизно середнє положення між країнами Заходу та Сходу.

Параметр-вимірник «Мужність» («Маскулінність») відображає в цілому досить близькі характеристики національних ділових культур Литви, Естонії та України (відповідно, – 19%, 30% і 27%). Польща з показником 64% у цьому відношенні є представницею прозахідних властивостей прагматичності у створенні та веденні бізнесу.

На рисунку 2 зображено ілюстрацію характеристик та оцінювання національних ділових культур Польщі, Литви та України за іншим трьома параметрами, прийнятими у сучасній економічній компаративістиці.

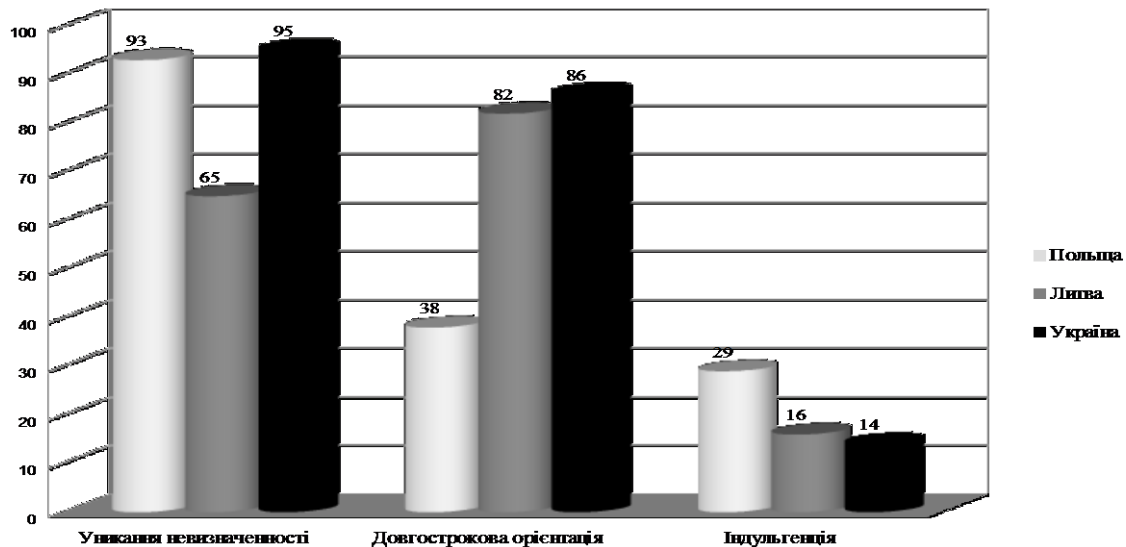


Рисунок 2. Компаративна характеристика національних ділових культур Польщі, Литви й України за параметрами «Уникнення невизначеності», «Довгострокова орієнтація» та «Індульгенція»*

Figure 2. Comparative characteristics of the national business cultures of Poland, Lithuania and Ukraine by the parameters «Uncertainty Avoidance», «Long Term Orientation» and «Indulgence»*

*Складено за даними: [13].

Параметр «Уникнення невизначеності» за цією властивістю фіксує не просто подібність, а велику близькість національних ділових культур Польщі та України (93% і 95% відповідно), а також Румунії (90%) та Болгарії (85%). Литва у цьому відношенні (65%), окрім великої близькості з Латвією (63%) і Естонією (60%), є досить подібною з країнами Північної Європи та Бенілюксу.

Близькі є характеристики національних ділових культур Литви та України (82% і 86%) за параметром «Довготермінова орієнтація»; показник Естонії складає 82%. В Європі за цим параметром близькою є також Німеччина (83%). Польща у цьому відношенні (38%) є країною з досить вираженою короткотерміновою орієнтацією в бізнесі.

За параметром «Індульгенція» («Поблажливість») національні ділові культури Литви та України є дуже близькими (16% і 14%), показники Румунії, Латвії, Болгарії складають 20% і 13%, а показники Болгарії та Естонії абсолютно співпадають (16%). Однак, і Польща у цьому відношенні також не є країною, яка дуже відрізняється від даної групи країн (29%).

Узагальнений компаративний аналіз національних ділових культур Польщі, Литви та України показує наступне: вони є, дійсно, досить близькими. П'ять з шести загальноприйнятих у світовій економічній компаративістиці параметрам-вимірникам національні ділові культури цих країн за парним співвідношенням є подібними (або, як за параметром «Індивідуалізм» щодо Польщі та Литви, є ідентичними).

При цьому, об'єктивний аналіз свідчить, що національні ділові культури Литви та України є більш подібними. Це впливає з подібності ділових культур саме цих двох країн за параметрами «Мужність» (показники складають 19% і 27%); «Довготермінова орієнтація» (82% і 86%) та «Індульгенція» (16% і 14%).

Виходячи зі структури та сучасних тенденцій розвитку національних господарських комплексів Польщі, Литви та України у галузевому вимірі, ефективнішою співпраця підприємницьких формувань даної групи країн буде у галузях агропродовольчої сфери (сільського господарства, переробній та харчовій промисловості); промисловому будівництві (насамперед, при реалізації великих інфраструктурних проєктів відносно авто та залізничної транспортної логістики, модернізації портів і терміналів); енергетики (зокрема атомної); нафтопереробки; ІТ-технологій та практично в усіх секторах сфери послуг.

Окрім галузевого виміру (з проєкцією на території досліджуваної групи країн), особливу увагу має бути присвячено міжрегіональному співробітництву. Тут доцільним буде системніше заснування єврорегіонів і транс-кордонних кластерів (з орієнтацією на можливі пільги з боку Європейського Союзу).

Такого роду співробітництво у галузевому та територіально-просторовому вимірах між бізнес-структурами Польщі, Литви та України (як на двосторонній, так і на тристоронній основі) на підґрунті подібності та взаємодоповнюваності національних ділових культур, насамперед, буде доцільним орієнтувати на їх внутрішні національні ринки. Є сенс розглядати варіант, а саме прискорення переходу від простих експортно-імпортних операцій між підприємницькими формуваннями до досконаліших форм інтеграційного співробітництва.

Дослідження теоретико-методологічних і прикладних практичних аспектів національних ділових культур є підґрунтями висунення такої ідеї. За умов інституціонального та організаційно-методичного супроводу, упровадження безпосередньо економічної регуляторної політики з боку держав, співпраця бізнесу Польщі, Литви та України може виступити потужним інтеграційним центром для бізнес-структур певних країн Центральної та Східної Європи (які також мають близькі та/або взаємодоповнюючі національні ділові культури, що наочно впливає з наведеного аналізу).

Такими країнами в означеному субрегіоні Європи можуть стати: Латвія, Естонія, Словаччина, Румунія та Болгарія (за певних інституціональних умов, які можуть стати цілком вірогідними значно швидше, ніж здається на перший погляд – Білорусь та Молдова).

Тож, поширення інтеграційних зв'язків між бізнесом Польщі, Литви та України за сферами діяльності та поглиблення такого співробітництва за рівнем організаційно-економічної досконалості може стати імпульсом (прикладом і поштовхом) щодо формування аналогічної співпраці вже у межах ринків означеної розширеної групи країн Центральної та Східної Європи.

Висновки. Національні ділові культури становлять складне структуроване фундаментальне міждисциплінарне явище, підґрунтям якого виступає економічна сфера,

котра має багаторівневий та відтворюваний у часі й просторі зміст (дане явище має такі властивості, що може у конкретних умовах модифікуватися).

Національні ділові культури зовсім не єдине, що поєднує Польщу, Литву та Україну, особливо у історії Речі Посполитої. Інтеграція бізнес-структур даної групи країн може спиратися й на низку інших суто економічних, інституціональних, науково-технічних, природно-географічних та міжнародних складових сучасності. За певних вірогідних економічних та політичних умов (ширшому міжнародному вимірі) до подібної інтеграції можуть долучитися й інші виокремлені країни Центральної та Східної Європи. Першочерговими завданнями подальшого розроблення даної проблематики є подовження комплексних емпіричних досліджень щодо оцінювання національних ділових культур виокремленої розширеної групи країн Центральної та Східної Європи та донесення висунутої ідеї до наукового співтовариства і політичного істеблїшменту.

Conclusions. National business cultures is a complex, structured, fundamental interdisciplinary phenomenon, the basis of which is the economic sphere having multilevel and reproducible content in time and space (and, at the same time, this phenomenon has certain characteristics that can be modified under specific circumstances). National business cultures are by no means the only thing uniting Poland, Lithuania and Ukraine, especially in relatively recent history of Rzeczpospolita. In addition, the integration of business structures of the countries of this group can be based on a number of other purely economic, institutional, scientific, technical, international, natural and geographical components of the present. Similarly, under certain probable economic and political conditions (including broader international dimension), other isolated Central and Eastern European countries can be involved in such integration. The primary task of further development of the given problem is the extension of comprehensive empirical study concerning the evaluation of national business cultures of the distinguished extended group of Central and Eastern European countries and presentation of the advanced idea to the scientific community and political establishment.

Список використаної літератури

1. Hofstede G. Culture and management development. Geneva: International Labour Office, Management Development Branch, Paper MAN, 1983. DEV/28.
2. Hofstede G. Cultural constraints in management theories. Academy of Management Executive. 1993. Vol. 7. No. 1. P. 81–94. <https://doi.org/10.5465/ame.1993.9409142061>
3. Trompenaars F. Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business. London: Economist Books, 1993. 208 p.
4. Hampden-Turner C., Trompenaars F. The seven cultures of capitalism: Value systems for creating wealth in the United States, Britain, Japan, German, France, Sweden and the Netherlands. London: Little, Brown Book Group, 1995. 416 p.
5. Hofstede Insights. URL: <https://hi.hofstede-insights.com/national-culture/>.
6. Lewis R. Cross Cultural Communication: A Visual Approach, Transcreen Publications, 2008. 287 p.
7. Lewis R. D. When Cultures Collide: Managing successfully across cultures, 3rd ed, Nicholas Brealey Publishing, 1999. 336 p.
8. Rapaille C. 7 Secrets of Marketing in a Multi-Cultural World, 2nd ed, Tuxedo Production, 2004. 318 p.
9. Rapaille C. The Culture Code. Broadway Books, 2007. 213 p.
10. Smetonienė I., Ganusauskaitė B. Wisdom in the Worldview of a Lithuanian. Problemos. 2019. Vol. 95. P. 130–143. <https://doi.org/10.15388/10.15388/Problemos.95.11>
11. Glinkowska-Krauze B., Kaczmarek B., Chebotarov V. Współczesne problemy zarządzania. Teoria i praktyka. Lodz: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2020. P. 184. <https://doi.org/10.18778/8142-054-9.01>
12. Glinkowska-Krauze B., Chebotarov Ie., Chebotarov V. Comparative studies of national business cultures in the countries of Central and Eastern Europe: the basics for Improving International entrepreneurship in

- Poland and Ukraine. Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. 2020. Vol. 23. № 1. P. 7–18. <https://doi.org/10.18778/1508-2008.23.01>
13. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/lithuania,poland,Ukraine/>.

References

1. Hofstede G. Culture and management development. Geneva: International Labour Office, Management Development Branch, Paper MAN, 1983. DEV/28.
2. Hofstede G. Cultural constraints in management theories. Academy of Management Executive. 1993. Vol. 7. No. 1. P. 81–94. <https://doi.org/10.5465/ame.1993.9409142061>
3. Trompenaars F. Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business. London: Economist Books, 1993. 208 p.
4. Hampden-Turner C., Trompenaars F. The seven cultures of capitalism: Value systems for creating wealth in the United States, Britain, Japan, German, France, Sweden and the Netherlands. London: Little, Brown Book Group, 1995. 416 p.
5. Hofstede Insights. URL: <https://hi.hofstede-insights.com/national-culture/>.
6. Lewis R. Cross Cultural Communication: A Visual Approach, Transcreen Publications, 2008. 287 p.
7. Lewis R. D. When Cultures Collide: Managing successfully across cultures, 3rd ed, Nicholas Brealey Publishing, 1999. 336 p.
8. Rapaille C. 7 Secrets of Marketing in a Multi-Cultural World, 2nd ed, Tuxedo Production, 2004. 318 p.
9. Rapaille C. The Culture Code. Broadway Books, 2007. 213 p. <https://doi.org/10.18778/8142-054-9.01>
10. Smetonienė I., Ganusauskaitė B. Wisdom in the Worldview of a Lithuanian. Problemos. 2019. Vol. 95. P. 130–143. <https://doi.org/10.15388/10.15388/Problemos.95.11>
11. Glinkowska-Krauze B., Kaczmarek B., Chebotarov V. Współczesne problemy zarządzania. Teoria i praktyka. Lodz: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2020. P. 184. <https://doi.org/10.18778/8142-054-9.01>
12. Glinkowska-Krauze B., Chebotarov Ie., Chebotarov V. Comparative studies of national business cultures in the countries of Central and Eastern Europe: the basics for Improving International entrepreneurship in Poland and Ukraine. Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. 2020. Vol. 23. № 1. P. 7–18. <https://doi.org/10.18778/1508-2008.23.01>
13. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/lithuania,poland,Ukraine/>.

This image shows a full page of blank, lined paper. It features approximately 20 evenly spaced horizontal grey lines across its entire width, providing a guide for handwriting or typing. The paper itself is a clean, off-white color.

ГАЛИЦЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Науковий журнал

№ 2 (63) 2020

Переклад *Л. В. Джиджора*
Редактор *Н. Б. Коваль*.
Коректор *Н. Б. Коваль*.
Комп'ютерне макетування *А. П. Катрич*.

Тираж 100 пр. Зам. № 3308.

Видавець Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001
E-mail: vydavnytstvo@tu.edu.te.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4226 від 08.12.2011 р.