

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Економіка і управління

Том 29 (68). № 4, 2018

**Київ
2018**

Головний редактор:

Горник Володимир Гнатович – доктор наук з державного управління, доцент, директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Члени редакційної колегії:

Клименюк Микола Миколайович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Ладонько Людмила Степанівна – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та аудиту Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Путінцев Анатолій Васильович – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та кредиту Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Сук Петро Леонідович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та аудиту Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Кураташвілі Альфред Анзорович – доктор економічних наук та доктор юридичних наук, професор, Міжнародна Академія соціально-економічних наук (м. Тбілісі, Грузія), Президент; Дійсний член Нью-Йоркської Академії наук і Академік Академії політичних наук США.

Корнєєв Володимир Вікторович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та кредиту Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Каменська Тетяна Олександрівна – доктор економічних наук, доцент, Голова Аудиторської палати України.

Редько Олександр Юрійович – доктор економічних наук, професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи та академік Національної академії статистики, обліку та аудиту

Царенко Оксана Вячеславівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку та аудиту Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Хлобистов Євген Володимирович – доктор економічних наук, професор, директор Науково-дидактичного інституту Вищої школи економіки та гуманітаристики, м. Бельсько-Бяла (Польща).

Петровська Ірина Олегівна – кандидат економічних наук, доцент, в. о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та природничих наук Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

Безус Павло Іванович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського
(протокол № 2 від 28.09.18 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління»
zareestrovano Міністерством юстиції України (Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ
серія KB № 15716-4187P від 28.09.2009 року)

Видання входить до «Переліку друкованих фахових видань, в яких можуть публікуватися
результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук»
на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2017 № 1714 (Додаток 7)

ЗМІСТ

1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Борщенко Т.І.

РОЛЬ АМАРТІЯ СЕНА В РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ.....1

Грецька-Миргородська В.В.

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ..... 6

2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Апальков С.С.

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ....12

Іванов Є.І.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ
ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ..... 18

Редько Е.Ю.

ИЗУЧЕНИЕ МОДЕЛИ ОСВОЕНИЯ КИТАЙСКИХ ЗОН
ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА КАПИТАЛА.....25

Саснєс М.А.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ СТАЛОЇ ЛОГІСТИКИ:
ВИМІР ВПЛИВУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.....29

Шлапак А.В.

НЕРЕАЛІЗОВАНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ США:
СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ..... 34

3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Дудкін О.М.

КОНЦЕПТ-АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАФТОГАЗОВИХ
СТРАТЕГІЧНИХ РЕЗЕРВІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... 40

Калачевська Л.І.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ УКРАЇНСЬКИХ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ:
ПРОБЛЕМИ, ХАРАКТЕРИСТИКА СКЛАДОВИХ, КОМПАРАТИВНА ОЦІНКА..... 46

Крилова І.І.

СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
СФЕРИ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ В УКРАЇНІ: ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД.....52

Мардус Н.Ю.

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ
СТАНУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ..... 59

Мельников О.В.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАСАД РЕАЛІЗАЦІЇ
ПРОГРАМИ «УКРАЇНСЬКА КНИГА»..... 64

Оганесян В.С.

КОРМОВИРОБНИЦТВО – ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА..... 69

Sakovska O.M.

PRINCIPLES OF COMPETITIVE TOURIST INDUSTRY FORMATION
AT THE LEVEL OF DESTINATIONS.....74

4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Гребенюк Г.М.

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ
ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ..... 80

Григор'єва Ю.А. ОПТИМІЗАЦІЯ МЕДІАВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ АВТОМОБІЛІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕФЕКТИВНОГО ВИБОРУ РАДІОСТАНЦІЙ ДЛЯ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТУ.....	86
Дейнега І.О. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БРЕНД-КОДУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	93
Кожухівська Р.Б., Парубок Н.В. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	98
Носач І.В., Бондаренко Л.Ф., Водолазська Н.В., Старчик Н.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В АВІАКОМПАНІЯХ.....	104
Овчарук В.В. АНАЛІЗУВАННЯ ЧИННИКІВ ПОБУДОВИ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	108
Орехова А.І. ІНТЕРПРЕТАЦІЯ, ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ.....	113
Чміль Г.Л. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	117
Яроміч С.А., Александрова К.С., Михайлова М.В. СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ІНТЕГРОВАНІХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	123
Яшкін Д.С. РОЛЬ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ В ОЦІНЮВАННІ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	127

5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Улько Є.М. ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ НА ОСНОВІ ТЕХНОЛОГІЙ БІОКОНВЕРСІЇ ПОРІВНЯНО З ТРАДИЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ ВНЕСЕННЯ ОРГАНІЧНИХ ДОБРІВ: МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ПРОЕКТУ.....	132
--	-----

6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Акіліна О.В. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА МОЛОДІЖНОМУ РИНКУ ПРАЦІ СУЧАСНОГО МІСТА.....	139
Кірнос І.О. ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ.....	143

7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Христін А.І. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ З УРАХУВАННЯМ ЙОГО ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ.....	150
Шевчук Я.В. ФІНТЕХ-КОМПАНІЇ ЯК СКЛАДОВА ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ.....	155

CONTENTS

1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Borshchenko T.I.

AMARTYA SEN'S CONTRIBUTIONS TO THE STUDY OF SOCIAL WELFARE.....1.

Hretska-Myrhorodska V.V.

FEATURES OF THE CHOICE OF A SOCIAL ORIENTED ECONOMY MODEL
UNDER MARKET TRANSFORMATION CONDITIONS.....6

2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Apalkov S.S.

THE DEVELOPMENTAL DETERMINANTS FOR WORLD MARKET
OF ALTERNATIVE FINANCE.....12

Ivanov Ye.I.

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTING STATE
FOREIGN TRADE DIVERSIFICATION POLICY.....18

Redko E.Iu.

STUDY OF THE MODEL OF DEVELOPMENT OF THE CHINESE ZONES
OF TECHNO-ECONOMIC DEVELOPMENT – THE MODEL OF CIRCULATION OF CAPITAL.....25

Saiensus M.A.

THE MAIN AREAS OF SUSTAINABLE LOGISTICS:
MEASUREMENT OF THE EFFECTS ON THE ENVIRONMENT.....29

Shlapak A.V.

UNREALIZED POTENTIAL FOR USA FOREIGN TRADE:
CURRENT STATE AND PERSPECTIVES.....34

3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Dudkin O.M.

CONCEPT-ANALYSIS OF THE SYSTEM OF OIL & GAS STRATEGIC STOCKPILES
OF THE NATIONAL ECONOMY.....40

Kalachevska L.I.

INNOVATION DEVELOPMENT MANAGEMENT OF UKRAINIAN RURAL TERRITORIES:
PROBLEMS, COMPONENTS CHARACTERISTICS, AND COMPARATIVE ESTIMATION.....46

Krylova I.I.

DEVELOPMENT OF STATE REGULATION OF WATER SUPPLY
AND WATER DISPOSAL SCOPE IN UKRAINE: HISTORICAL REVIEW.....52

Mardus N.Iu.

FORMATTING A MODEL FOR PREVENTION OF THE STATE
OF THE INTERNAL MARKET OF GOODS.....59

Melnykov O.V.

WAYS TO IMPROVE THE METHODOLOGICAL AND PRACTICAL FOUNDATIONS
FOR THE IMPLEMENTATION THE PROGRAM “UKRAINIAN BOOK”.....64

Ohanesian V.S.

FODDER PRODUCTION AS AN ELEMENT OF ENSURING
THE EFFICIENT PRODUCTION OF SHEEP.....69

Sakovska O.M.

PRINCIPLES OF COMPETITIVE TOURIST INDUSTRY FORMATION
AT THE LEVEL OF DESTINATIONS.....74

4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Hrebeniuk H.M.

FORMATION OF CULTURAL AND MOTIVATION MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT
OF LABOR POTENTIAL OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES.....80

Hryhorieva Yu.A. OPTIMIZATION OF MEDIA INFLUENCE ON CAR USERS BY EFFECTIVELY SELECTING RADIO STATIONS FOR PROMOTIONAL CONTENT PLACEMENT.....	86
Deineha I.O. METHODICAL ASPECTS OF BRAND CODING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	93
Kozhukhivska R.B., Parubok N.V. FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT ENTERPRISES OF THE HOSPITALITY INDUSTRY.....	98
Nosach I.V., Bondarenko L.F., Vodolazska N.V., Starchyk N.V. CONCEPTUAL PRINCIPLES OF THE INNOVATION PROCESS MANAGEMENT MECHANISM IN AIR COMPANIES.....	104
Ovcharuk V.V. ANALYSIS OF THE FACTORS OF CONSTRUCTION AND USE OF ADMINISTRATION SYSTEMS IN THE MANAGEMENT OF ENTERPRISES.....	108
Oriekhova A.I. INTERPRETATION, GENESIS OF DEVELOPMENT AND STRUCTURE OF CONTROLLING.....	113
Chmil H.L. COMPLEX EVALUATION OF EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY OF RETAIL TRADE ENTERPRISES.....	117
Yaromich S.A., Aleksandrova K.S., Mykhailova M.V. MODERN CONCEPTIONS OF FORMING THE MARKETING INFORMATION SYSTEMS AND INTEGRATED COMMUNICATIONS AT THE ENTERPRISE.....	123
Yashkin D.S. ROLE OF FORECASTING METHODS IN THE ASSESSMENT OF LOGISTICS RISKS OF MANUFACTURING ENTERPRISES.....	127

5. ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Ulko Ye.M. THE FORMING ECOLOGICAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF USING LAND RESOURCES ON BASE TECHNOLOGIES BIOCONVERSION AT COMPARABLE WITH TRADITIONAL FERTILIZATION SYSTEMS: MANAGEMENT AND MARKETING OF PROJECT.....	132
---	-----

6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Akilina O.V. MANAGEMENT OF CHANGES IN THE YOUTH WORLD MARKET OF THE MODERN CITY.....	139
Kirnos I.O. INSTRUMENTS OF LIFELONG LEARNING DEVELOPMENT.....	143

7. MONEY, FINANCES AND CREDIT

Khrystin A.I. METHODICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION OF BANK'S ACTIVITY RESULTS TAKING INTO ACCOUNT ITS BUSINESS REPUTATION.....	150
Shevchuk Ya.V. FINTEH COMPANIES AS AN ELEMENT OF INFRASTRUCTURE OF PROJECT FINANCE MARKET.....	155

1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.88

Борищенко Т.І.аспірант кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

РОЛЬ АМАРТІЯ СЕНА В РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ

Стаття присвячена внеску видатного американського економіста А. Сена в теорію суспільного добробуту. Висвітлено основні теоретичні здобутки економіста щодо визначення та вимірювання індивідуального добробуту. Досліджено побудову економістом індексів суспільного добробуту та бідності. Проаналізовано теоретичний доробок Амартія Сена щодо суспільного добробуту. На основі цього виокремлено основні ідеї, які доречно було б використати під час формулювання завдань економічної політики в Україні.

Ключові слова: індивідуальний добробут, суспільний добробут, корисність, індекс суспільного добробуту, індекс бідності.

Вступ. Проблема вивчення суспільного добробуту є надзвичайно важливою та багатогранною, оскільки відображає різноманітність потреб людства не лише в матеріальних благах, але й у духовному та інтелектуальному розвитку. Остаточною метою суспільного та індивідуального розвитку є підвищення рівня добробуту. Однак саме поняття є надзвичайно складним як у теоретичному визначенні, так і в кількісному та якісному вимірі його змін.

Нині одним з найбільш видатних економістів, що вивчають проблеми суспільного добробуту, є нобелівський лауреат 1998 р. американський економіст Амартія Сен. Його внесок в цю галузь дослідження пов'язаний з погодженням проблем економіки добробуту з етичними принципами. На його думку, подальший розвиток теорії добробуту вимагає використання більш багатій порівняно з утилітаризмом філософської традиції, пов'язаної з поняттями свободи, прав, загальної взаємозалежності та визнання множинності етично значущих тверджень.

Вивчення теоретичного та практичного внеску економіста в теорію суспільного добробуту є надзвичайно актуальним питанням, адже відкриває перспективи як для розвитку вітчизняної економічної науки, так і для побудови ефективної економічної політики в нашій державі.

Аналіз останніх наукових досліджень. Досліджено основні наукові статті та книги американського економіста А. Сена, присвячені проблематиці економіки добробуту; вивчено наукові праці, що містять аналіз здобутків А. Сена в теорії добробуту, таких вчених, як А.Б. Аткінсон, І. Робейнс, В. Кукліс, Р.М. Нуреев, Е.Г. Ясін.

Мета статті полягає у визначенні теоретичного та практичного внеску видатного американського економіста Амартія Сена в дослідження суспільного добробуту, можливість використання його здобутку для оцінювання добробуту в окремих країнах.

Викладення основного матеріалу. Амартія Сен – видатний сучасний американський економіст індійського походження, автор понад десятка монографій і декількох десятків статей, присвячених проблемам економіки добробуту і теорії суспільного вибору, почесний доктор низки університетів і наукових співтовариств. Премія пам'яті Альфреда Нобеля з економіки за 1998 р. була присуджена А. Сену за його внесок в економіку добробуту і відновлення етичного підходу до життєво важливих економічних проблем.

Біографія економіста наклала вагомий відбиток на характер його наукової діяльності. По-перше, необхідно відзначити походження А. Сена: він походив з роду інтелектуалів, народився в родині викладачів університету, виховувався в університетському середовищі; по-друге, найважливішу роль в його інструментальному становленні відіграли гуманістичні цінності міжкультурної толерантності, прийняті в родині хлопчика і школі-коледжі Р. Тагора, в якій він навчався. Методологічні витоки поглядів А. Сена закладені під час навчання в Кембриджі у видатних економістів того часу, а саме М. Доббі, Д. Робертсона, Дж. Робінсона, П. Сраффі. Також важливим моментом є отримання А. Сеном бакалаврського ступеня в галузі філософії (вивчення логіки, епістемології, моральної та політичної філософії та етики), що сформувало етичний акцент у методології досліджень.

Наукову діяльність Амартія Сена можна умовно поділити на декілька етапів.

1) Теоретичні доробки А. Сена в рамках неокласичної проблематики планування та вибору шляху економічного зростання (середина 1950-х – середина 1960-х рр.).

2) Розвиток теорії суспільного вибору (середина 1960-х – середина 1970-х рр.).

3) Перехід до дослідження прикладних та теоретичних питань теорії суспільного добробуту, а саме взаємодія економіки та етики, соціальні проблеми бідності й голоду, утискання прав жінок, аналіз політичних режимів (середина 1970-х – початок 1990-х рр.).

4) Формування власної оригінальної концепції розвитку (1990-ті рр.). Розвиток А. Сен розуміє як процес розширення реальних прав і свобод, якими користуються члени суспільства. Його концепція базується на «потенційних можливостях індивіда», тобто на тому, чого він може досягти.

5) Поширення та популяризація ідей, що випливають із концепції розвитку. Теоретична оцінка причин і наслідків економічної кризи 2007–2008 рр. (кінець 1990-х рр. – сьогодні) [2, с. 406–408].

А. Сен висуває ідею щодо існування двох джерел розвитку економічної теорії, а саме етичного та «технічного». Першим джерелом є етичне, яке впливає з робіт Аристотеля, де пов'язується предмет економічної науки з цілями людини, наголошується на їхньому взаємозв'язку з достатком. «Хто робить гроші, той робить це вимушено, і багатство – це не те благо, яке ми шукаємо; бо це лише корисно для досягнення чогось іншого» [6, с. 17].

«Технічний», або «інженерний», підхід в економічній теорії розвивався насамперед тими, хто був інженером насправді. Таким був, зокрема, Леон Вальрас, французький економіст XIX ст., який чимало зробив для того, щоб розібратися в численних важких технічних проблемах економічних відносин, а особливо в тих, які пов'язані з функціонуванням ринків.

Щодо більш ранніх економічних досліджень, то з цієї точки зору варто відзначити технічно орієнтований аналіз мистецтва державного управління. В одній із перших книг з економічної тематики Каутілья «Арташастре» (перекладена із санскриту), написаній у IV ст. до н. е., міститься логістичний підхід до мистецтва управління державою, включаючи економічну політику. Каутілья був радником і міністром індійського імператора. Трактат у першій же главі містить розмежування чотирьох галузей знання, таких як метафізика, вчення про «правильне і неправильне», «наука про управління», «наука про багатство». Книга містить обговорення широкого спектру питань, зокрема питання «будівництва сіл», «класифікації земель», «збирання доходів», «ведення рахунків», «тарифного регулювання» і «дипломатичного маневрування», «стратегії по відношенню до уразливих держав», «пакту по колонізації», тобто основна увага приділяється «технічним» проблемам [6, с. 21].

Жоден з таких напрямів, на думку А. Сена, не є «чистим» в будь-якому сенсі, а питання полягає в балансі між двома підходами в економіці.

А. Сен наголошує на тому, що значне віддалення економіки від етики стало причиною одного з найважливіших недоліків сучасної економічної теорії. Він стверджує, що, оскільки на реальну поведінку людей впливають етичні міркування, а образ дії людей та їх мотиви становлять центральний аспект етики, то потрібно визнати вплив факторів теорії економічного добробуту на реальну поведінку, а отже, важливість цих чинників для сучасної «матеріальної» економіки, а саме економіки виробництва та розподілу товарів і послуг. Але, як зазначає А. Сен, тоді як теорія матеріальної економіки завжди впливала на теорію економічного добробуту, остання фактично не чинила ніякого впливу на першу.

На момент написання роботи «Про етику і економіку» А. Сен наголошував на скрутності положення теорії економічного добробуту в сучасній економічній науці. У класичній політичній економії не було чітких меж між аналізом з точки зору економічного добробуту та іншими типами економічних досліджень. Але «в міру того, як сумніви по відношенню до використання етики в економіці зростали, <...> теорія економічного добробуту виявилася укладеною в свого роду коробку, досить вузьку і відокремлену від решти економічної науки» [6, с. 50].

Стандартна теорія економічного добробуту синтезує характеристики поведінки індивіда, спрямованої на досягнення власних цілей, з одного боку, і судження про соціальні досягнення, засновані на деякому критерії «корисності», з іншого боку. На думку А. Сена, традиційний критерій, який зазвичай використовувався в економіці добробуту, – це судження про успіх на основі величини повної суми досягнутих індивідуальних корисностей; ніщо інше не вважалося гідним уваги. З точки зору етичного аналізу такий критерій досить прямолінійний і вузький [6, с. 51].

Якщо б антиетичний підхід привів до повного викорінювання міжособистісних порівнянь корисності з теорії економічного добробуту, то єдиним критерієм залишився б критерій оптимальності Парето. Стан суспільства вважається оптимальним за Парето тоді і тільки тоді, коли корисність будь-якого індивіда не може бути збільшена без того, щоб зменшити корисність іншого індивіда.

Однак А. Сен критикує використання тільки критерія Парето для аналізу справедливості суспільного добробуту. Адже стан суспільства може бути оптимальним за Парето, але при цьому одні можуть перебувати в крайній убогості, а інші – купатися в розкоші, оскільки злиденність одних не може бути пом'якшена без зниження рівня забезпеченості матеріальними благами багатих [6, с. 54].

Головним об'єктом критики під час аналізування різних концепцій справедливості для Амартія Сена виступає стандартний утилітаризм, вихідним критерієм

рієм якого є сукупна корисність, де під «корисністю» в класичній, бентамівській версії утилітаризму розглядається задоволення або щастя індивіда.

Для А. Сена утилітаристський підхід базується на трьох елементах:

1) «велферизм», що вимагає, щоб рішення оцінювалися відповідно до значення суспільної функції добробуту, визначеної на множині рівнів індивідуальної корисності;

2) «сумарна оцінка», що вимагає, щоб оцінка стану суспільного добробуту здійснювалася шляхом сумування всіх індивідуальних корисностей;

3) «консеквенціалізм», що вимагає, щоби будь-який вибір дій, інститутів, мотивацій, правил тощо визначався б, зрештою, оцінкою результатів, до яких приведе цей вибір [6, с. 62].

Піддається критиці з боку А. Сена також егоїстичний підхід в теорії економіки добробуту. В економічній літературі особистість розглядається як така, що максимізує свою функцію корисності, яка залежить тільки від її власного споживання і визначає кожен вибір цієї особистості. На противагу цьому, А Сен зазначає, що в рамках теорії добробуту складна структура поведінки, що переслідує власний інтерес, має три різних та істотно незалежних аспекти.

1) Егоцентричний добробут. Добробут особистості залежить від її власного споживання (не включаючи ніякої симпатії або антипатії по відношенню до інших).

2) Цілі, орієнтовані на забезпечення добробуту. Метою особистості є максимізація її добробуту, а за наявності невизначеності – ймовірно-зваженої сподіваної величини цього добробуту (не включаючи врахування добробуту інших).

3) Вибір, орієнтований на цілі. Кожен акт особистісного вибору визначається безпосередньо переслідуванням власної мети (зокрема, він не обмежується і не коригується усвідомленням взаємозалежності досягнення успіху різними індивідами, а інші люди переслідують свої власні цілі) [8, с. 134].

Однак хоча за утилітаризмом ці всі аспекти повинні існувати одночасно, проте на практиці індивіди можуть діяти, слідуючи лише одному принципу, або їхня поведінка взагалі може суперечити цим принципам. Такі відхилення можуть виникати з багатьох різних етичних міркувань. Вони можуть включати доброзичливість і симпатію до інших. Можуть також існувати прихильності до різних справ, завдань і видів діяльності.

Новаторський підхід А. Сена до дослідження добробуту полягав перш за все у відновленні теоретичної значущості міжособистісних порівнянь, відмова від яких сталася у зв'язку з позитивістської критикою. А. Сен пропонує для здійснення міжособистісних порівнянь формально побудовані «функціонали суспільного добробуту», в аналітичних рамках яких міжособистісні порівняння різних типів можуть бути повністю аксіоматизовані та точно включені в процедури суспільного вибору (за допомогою використання «умов інваріантності») [3, с. 215].

Порівняння може бути частковим, а не повним. Як стверджував щодо цього А. Сен, «ми можемо здійснювати міжособистісне порівняння до певної міри, не в кожному випадку і не для кожного типу порівнянь, а також не з граничною точністю» [3, с. 226].

Для підтвердження своєї точки зору А. Сен наводить такий приклад: «Припустимо, що ми обговорюємо зміни сукупного добробуту римлян в результаті спалення Риму, тоді як Нерон грав на скрипці. Ми розуміємо, що Нерон отримував задоволення, тоді як інші римляни – страждання, робимо висновок, що внаслідок цього сума добробуту всіх індивідів зменшилася» [3, с. 267].

Без зіставлення неможливо дійти подібного висновку, але необов'язково потрібне точне порівняння для ранжування корисностей індивідів в цьому разі.

А. Сен не погоджується з ідеєю маржиналістів щодо використання корисності як факторної ознаки для оцінювання суспільного добробуту. Теорія добробуту повинна базуватися на чомусь більшому порівняно з індивідуальними корисностями. Як він зауважує у своїй статті «Економічна теорія добробуту і реальний світ», «однією з рис стандартної економічної теорії добробуту було нехтування інформацією про стан здоров'я, смертності і тривалості життя. Хоча ці змінні часто серйозно розглядалися в літературі з проблем розвитку <...>, вони зазвичай не бралися до уваги в працях з економіки добробуту» [8, с. 126].

Згодом наукові інтереси А. Сена перемістилися з галузі чисто теоретичного аналізу проблем суспільного вибору до більш практичних проблем. Цьому сприяла та обставина, що праці в галузі теорії суспільного вибору, що з'явилися в 1970-х рр., відкривали нові можливості для дослідження цілої низки економічних і соціальних проблем, зокрема для кількісної оцінки економічної нерівності, вимірювання ступеня бідності, аналізу безробіття, а також економічного аналізу таких категорій, як, зокрема, базові права і свобода особистості, нерівноправність і дискримінація жінок. Заслуга А. Сена полягала в розвитку методів економічного аналізу шляхом розроблення індексів добробуту і бідності. Він зробив внесок в аналіз реального національного доходу, проблем бідності та нерівності. Дослідження економіста в цій галузі переважно у вигляді журнальних статей, опублікованих в 1970-х і на початку 1980-х рр., були узагальнені в книгах «Вибір, добробут і метод вимірювання» (1997 р.) і «Ресурси, цінності і розвиток» (1997 р.).

Теоретичне обґрунтування індексів суспільного добробуту та бідності, в основі яких лежать поняття кривої Лоренца і S-увігнутої функції, пов'язані з іменами Коляма, Аткинсона, Сена. А. Сен спільно зі своїми колегами Дасгупта і Старрет досягли такого важливого результату. Нехай $u_i(x_i)$ – корисність індивіда i , яку він отримує від свого доходу x_i а $w(x_1, \dots, x_n) = W(u_1(x_1), \dots, u_n(x_n))$ – відповідний рівень суспільної корисності. Якщо крива Лоренца L_x для деякого розподілу доходів x лежить вище кривої Лоренца L_y для

іншого розподілу y , то x перевага у для дуже великого класу функцій суспільного добробуту (точніше для всіх S -увігнутих функцій w) [4, с. 343].

Як індекс бідності А. Сен запропонував:

$$P = [M + (1 - M)G]H,$$

де G – індекс нерівності Джині, M – числова міра між 0 і 1. Точніше $M = (1 / qx^0) \sum_{i \in F} z_i$, де x^0 – дохід, який визначає межу бідності, F – група індивідів, які перебувають за межею бідності, q – число індивідів в цій категорії ($q = Hn$), $z_i = x^0 - x_i$ – різниця між межею бідності і i -м доходом. А. Сен дав повний аксіоматичний опис цього індексу [4, с. 346].

В іншій роботі А. Сен як індекс, що дає змогу порівнювати добробут різних країн, запропонував:

$$J = E(1 - G),$$

де E – національний дохід на душу населення, G – індекс Джині, а також дав аксіоматичний опис індексу J [7, с. 435].

Ці індекси використовуються міжнародними організаціями, такими як Світовий Банк, Міжнародний Валютний Фонд, для порівняння соціально-економічного розвитку різних країн світу.

У 2008 р. А. Сен разом з лауреатами Нобелівської премії з економіки Дж. Стігліцом та Ж.-П. Фітуссі очолили комісію, якій було доручено дізнатися, чи є ВВП надійним індикатором економічного і соціального прогресу. Результати їхньої праці були вперше опубліковані у 2010 р.

Вчені дійшли висновку, що ВВП є показником, який вимірює виключно ринкове виробництво, тому аж ніяк не може використовуватись як індикатор суспільного добробуту [9, с. 71].

Суспільний добробут же виступає багатоаспектною категорією, тому для оцінювання його величини доцільно виділити основні індикатори, які характеризували б ту чи іншу складову суспільного добробуту. Зокрема, економісти наводять такий перелік індикаторів суспільного добробуту, як індикатори матеріального рівня життя населення, охорони здоров'я, якості та забезпеченості освітою, особистісної активності, інституційного розвитку, соціальних зв'язків, стану навколишнього середовища, матеріальної та фізичної безпеки [9, с. 101–109].

А. Сен не погоджується з ідеєю, що вдосконалення системи освіти, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища можуть дозволити собі лише високорозвинені країни, оскільки відповідні витрати будуть пов'язані зі скороченням рівня промислового виробництва порівняно із ситуацією, в якій всі витрати спрямовувалися б виключно на зростання матеріальної складової ВВП. А. Сен виступає з гострою критикою подібної установки. Спираючись на численні емпіричні дослідження (Індія, Китай,

країни Південно-Східної Азії), він доходить висновку, що є більш ніж актуальним і для сучасної дійсності в нашій державі. Не можна стверджувати, що спочатку тій чи іншій країні необхідно створити значний економічний потенціал, а лише потім думати про «розвиток людини». Послідовність повинна бути зворотною: керівництво країни і все суспільство, яке хоче забезпечити багаторічне процвітання своєї держави, зобов'язані спочатку вибрати як пріоритети розвиток освіти, охорони здоров'я, захист навколишнього середовища.

Висновки. А. Сен – видатний економіст, який зробив значний внесок в розвиток економічної теорії, зокрема теорію суспільного добробуту. Він першим поєднав економічні ідеї з етичними проблемами, доводячи обмеженість підходу «егоїстичного індивіда» в реальному житті, оскільки особи діють, не завжди керуючись виключно власними інтересами. Він наголошував на необхідності міжособистісного порівняння добробуту індивідів, де визначальною ознакою не може виступати виключно корисність.

А. Сен першим висунув ідею про необхідність врахування, окрім економічних показників, показників освіти, охорони здоров'я, тривалості життя, екології під час оцінювання суспільного добробуту, що було взято до уваги під час побудови Організацією Об'єднаних Націй Індексу людського розвитку.

Економіст здійснив побудову та аксіоматичне обґрунтування індексів суспільного добробуту та індексів бідності, які в подальшому використовуються міжнародними організаціями для зіставлення соціально-економічного рівнів розвитку різних країн світу.

Основні рекомендації А. Сена щодо соціального та економічного розвитку, які доцільно використати в українських реаліях:

- активне сприяння з боку держави розвитку вітчизняної освіти та науки;
- надання першочергового значення розбудові системи охорони здоров'я;
- обов'язковий соціальний захист найуразливіших верств населення;
- забезпечення екологічної безпеки в країні;
- відмова від «зарегульованих суспільних режимів», які породжують корупцію.

Це узагальнені рекомендації, слідування яким сприятиме соціально-економічному розвитку та підвищенню суспільного добробуту.

На жаль, більшість робіт економіста не перекладені українською мовою і є малодоступними вітчизняним читачам, однак з ними слід знайомитись, адже праці містять як теоретичні напрацювання, так і практичні рекомендації для побудови держави, першочерговим завданням якої є максимальне забезпечення добробуту її громадян.

Список літератури:

1. Atkinson A.B. The Contributions of Amartya Sen to Welfare Economics. The Scandinavian Journal of Economics. 1999. Vol. 101. No. 2. P. 173–190.
2. Нуреев Р.М. Экономика развития: вклад Амартии Сена. Развитие как свобода / А. Сен. Москва: Новое издательство, 2004. С. 405–422.
3. Сен А. Возможность общественного выбора. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. Всемирное признание: лекции Нобелевских лауреатов / отв. ред. Г.Г. Фетисов. Кн. 2. Москва, 2005. 258 с.
4. Sen A. Choice, Welfare and Measurement. First Harvard University Press Paperback Edition, 1997. 480 p.
5. Sen A. Development as Freedom. Oxford University Press, 1999. 366 p.
6. Sen A. On ethics and economics. Basil Blackwell Ltd. 108 Cowley Road, 1988. 162 p.
7. Sen A. Resources, Values and Development. First Harvard University Press Paperback Edition, 1997. 560 p.
8. Sen A. Welfare Economics and the Real World. Acceptance paper for the Frank Seidman Distinguished Award in Political Economy, published by P. K. Seidman Foundation, Memphis, 1986. P. 123–187.
9. Stiglitz J.E., Sen A., Fitoussi J.P. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress. CMEPSP. 2009. September, 14. 292 p.

РОЛЬ АМАРТΙΑ СЕНА В РАЗВИТИИ ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Статья посвящена вкладу выдающегося американского экономиста А. Сена в теорию общественного благосостояния. Освещены основные теоретические достижения экономиста по определению и измерению индивидуального благосостояния. Исследовано построение экономистом индексов общественного благосостояния и бедности. Проанализировано теоретическое наследие Амартия Сена относительно общественного благосостояния. На основе этого выделены основные идеи, которые уместно было бы использовать при формулировке задач экономической политики в Украине.

Ключевые слова: индивидуальное благосостояние, общественное благосостояние, полезность, индекс общественного благосостояния, индекс бедности.

AMARTYA SEN'S CONTRIBUTIONS TO THE STUDY OF SOCIAL WELFARE

The paper studies the contribution of the prominent American economist Amartya Sen in the theory of social welfare. The study considers achievements of economist in determining and measuring individual well-being. In this connection, the paper focuses on the construction the economist of the indices of social welfare and poverty. The article analyzes the theoretical work of Amartya Sen on social welfare and sets out the main ideas that would be appropriate to use in formulating the tasks of economic policy in Ukraine.

Key words: individual welfare, public welfare, utility, index of social welfare, index of poverty.

Грецька-Миргородська В.В.

начальник управління інноваційного розвитку та іміджевих проектів,
Харківська міська рада

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу ризиків, які виникають під час вибору моделі соціального захисту в умовах ринкової трансформації. Вони розглядаються як вияв ефекту попереднього розвитку згідно з принципом "path dependence". Виділено 3 групи особливостей формування соціально орієнтованої економіки (інституційні, поведінкові та ресурсно-технологічні), які обумовлюють вибір моделі соціального захисту. Розглянуто роль поведінкових факторів (інерції та довіри), обґрунтовано доцільність консервативної моделі в умовах, які склалися в Україні. Проаналізовано співвідношення між-особистісної та інституційної довіри в Україні з точки зору розвитку громадянського суспільства та формування соціально орієнтованої економіки.

Ключові слова: моделі соціально орієнтованої економіки, принцип "path dependence", довіра, громадянське суспільство, поведінкові фактори.

Вступ. Концепція соціального ринкового господарства сформувалась як відповідь на актуальні проблеми ринкової економіки середини минулого століття, обґрунтовувала орієнтацію політики держави на відповідне «налаштування» ринкового механізму й доповнення її ефективним використанням методів централізованого (державного) управління соціально-економічним розвитком. Таким чином, завдання полягало в реформуванні вже діючого ринкового механізму.

Принципова відмінність формування соціально орієнтованої ринкової економіки в умовах, коли ринковий механізм відсутній, полягає в тому, що цей механізм необхідно створити. Це зумовлює особливості формування такої моделі економіки в умовах ринкової трансформації та, відповідно, політики держави, оскільки соціально орієнтована ринкова економіка не є продуктом стихійного («природного») розвитку економіки, а формується в результаті свідомої діяльності, що виражена в політиці держави та спрямована на реалізацію цієї моделі ринкового господарства. Умови, що склалися в результаті попереднього розвитку планової (неринкової) економіки, зумовлюють особливості та ризики формування соціально орієнтованої економіки, які можуть реалізуватися в період ринкової трансформації, а отже, вплинути на подальший розвиток, що обґрунтовує актуальність дослідження цієї теми.

Аналіз останніх наукових досліджень. Теоретичне дослідження залежності економічного розвитку від попереднього шляху проведено в кінці минулого століття Полом Девидом, який запропонував принцип "path dependence" (залежність від попереднього розвитку) [1]. Відкритий ним QWERTY-ефект був використаний як приклад того, як економіка внаслідок деяких, зокрема випадкових подій в минулому, може стати

прив'язаною до певного технологічного шляху, який необов'язково є ефективним. Ефект попереднього розвитку обумовлений тим, що витрати на адаптацію та впровадження нових технологій, технік або загалом будь-яких практик в економічне життя можуть бути досить високими, щоб перешкоджати змінам і зберігати вже наявні практики, які приносять стабільний дохід. Як наслідок, багато особливостей економіки засновані на тому, що було оптимально або вигідно в минулому, а не на тому, що слід було б вибрати, спираючись на діючі умови. Теорія попереднього шляху підкреслює, що раніше прийняті рішення та досконалі в минулому вибір накладає додаткові обмеження на вибір, що здійснюється в сьогоденні, спрямовуючи розвиток по деякому шляху, який визначається діями в минулому.

Пізніше Дуглас Пафферт застосував цей принцип до інституційних змін та доводив, що залежність від попереднього розвитку для інститутів цілком подібна до залежності від попереднього розвитку для технологій, оскільки обидві засновані на високій вартості адаптації до якоїсь загальної практики (техніки, норм, правил), отже, відхилення від неї стають занадто дорогими [2; 3].

В.М. Полтерович на прикладі переходу від соціалістичної до ринкової економіки в пострадянських країнах показав, як неефективні інститути можуть закріплюватися, утворюючи інституційні пастки, які консервують інституційну структуру та перешкоджають реформам і поширенню альтернативних норм і правил, що сприяють розвитку [4].

Ми застосуємо принцип "path dependence" до аналізу факторів, які зумовлюють особливості формування соціально орієнтованої економіки в умовах ринкової трансформації.

Мета статті полягає в розкритті ризиків формування соціально орієнтованої економіки, які пов'язані з вибором моделі соціального захисту в умовах ринкової трансформації. У роботі розглянуто такі питання, як аналіз передумов, що обумовлюють особливості та ризики формування соціально орієнтованої економіки під час ринкової трансформації; розкриття особливостей вибору адекватної моделі з урахуванням поведінкових чинників, а саме інерції поведінки та довіри; роль довіри та громадянського суспільства у формуванні соціально орієнтованої економіки в Україні.

Викладення основного матеріалу. Початкові умови ринкової трансформації в соціалістичних країнах склалися в результаті попереднього розвитку економіки неринкового типу, який зумовив особливості та обмеження як з точки зору реалізації ринкових реформ, так і з точки зору реалізації моделі соціально орієнтованої ринкової економіки. Ці особливості можна розділити на такі три групи: 1) інституційні; 2) поведінкові; 3) ресурсно-технологічні.

Інституційні особливості зумовлюються насамперед необхідністю трансформації неринкової економіки та побудови ринкового механізму її функціонування. На відміну від ситуації, коли наявну ринкову систему необхідно виправляти, коригувати з метою соціалізації, за ринкової трансформації можна відразу проектувати та будувати правильну модель ринку, що відповідає економічній системі цього типу. Однак реалізація завдань реформування системи соціального захисту обмежується проблемами, пов'язаними з поведінковими особливостями формування соціально орієнтованої економіки в період переходу від планової до ринкової економіки. Використовуючи положення поведінкової економіки [5], відзначимо такі особливості, як інерційність поведінки людей та довіра. Інерційність виявляється не тільки в патернах поведінки, але й у стереотипах мислення, очікуваннях та переконаннях. Якщо в країнах ринкової економіки соціальні реформи «накладалися» на ринкові стереотипи поведінки, які формувалися протягом тривалого часу, то в країнах планової економіки такі реформи «наштовхувалися» на норми, формальні та неформальні правила поведінки, несумісні з ринковими перетвореннями.

Відзначимо, що зазначені поведінкові властивості є суттєвими з точки зору інституційних перетворень, адже вони впливають на інституційні реформи, їх успішність та ефективність не тільки на стадії реалізації, але й на стадії проектування реформ. Довіра та інерція як поведінкові властивості є ключовими факторами, що визначають можливість досягнення соціального консенсусу, яка є принципово важливою під час проведення реформ вже на стадії їх проектування та формування політики держави, спрямованої на побудову соціально орієнтованої ринкової економіки.

Висока довіра до органів державного управління підвищує продуктивність взаємодії влади, громадян та бізнесу, що позитивно впливає на успішність інституційних перетворень та розширює їх можливості.

Країни, в яких держава користується довірою громадян, можуть проводити більш радикальні реформи та витримувати більш швидкий темп перетворень. Висока довіра сприяє виробленню узгоджених рішень під час формування соціально-економічної політики держави, досягненню консенсусу під час вибору моделі економіки в період ринкової трансформації.

Висока інерційність, яка виявляється в поведінці людей, може, навпаки, гальмувати перетворення та знижувати їх успішність. При цьому інерційність поведінки людей можна використовувати для збереження деяких норм і стереотипів, що вже сформувалися в період, що передусь реформам, якщо вони можуть бути вбудовані в нову інституційну структуру або можуть бути внеском в соціальний капітал в нових умовах.

Третя група особливостей формування соціально орієнтованої економіки в період ринкової трансформації пов'язана з ресурсно-технологічними обмеженнями. Вони мають конкретно-історичний характер: постсоціалістичні європейські країни, які почали здійснювати ринкові перетворення, перебували в економічному спаді, кризовому або передкризовому стані, загалом обумовленому розпадом соціалістичної системи в економічному й політичному сенсі. Це зумовило обмеженість бюджетних коштів, які були доступні для реалізації ринкових реформ, а з точки зору формування соціально орієнтованої економіки створило підґрунтя для проблем з виконанням державою своїх функцій щодо забезпечення соціальних гарантій.

Розглянуті вище особливості початкового етапу ринкової трансформації, які обумовлені попереднім розвитком, є передумовами ризиків формування соціально орієнтованої економіки, пов'язаних з вибором моделі соціального захисту, які включають вибір неадекватної моделі, невизначеність вибору (зволікання прийняття рішення щодо національної моделі соціального захисту), десинхронізацію та неузгодженість ринкових і соціальних реформ. Кожен з цих випадків має наслідки, несприятливі для формування соціально орієнтованої економіки та перспектив розвитку економіки й суспільства.

Відмінності моделей ступеня участі держави в соціальному забезпеченні зумовлені фундаментальними принципами, які покладені в основу системи соціального захисту, які можуть бути виражені так: «що ти маєш», «що ти зробив», «хто ти є» [6, с. 2–3]. Ці принципи визначають те, кому треба надавати соціальний захист і за якими критеріями. Розглянемо їх стосовно класифікації моделей соціалізації економіки Еспінг-Андерсена [7].

Ліберальна модель заснована на принципі «що ти маєш», адже в ринковій економіці питання соціального захисту особа вирішує сама за ступенем того, що вона має, якими засобами володіє. Соціальний захист поширюється тільки на тих, хто не має доходів та існує у вигляді адресної допомоги. Принцип «що ти маєш» повністю відповідає ринковій економіці, але ігнорує потенціал соціального капіталу як продуктивного

ресурсу економічного розвитку. Атомістична картина вільного ринку, представлена взаємодіючими в конкурентному середовищі економічними агентами, кожен з яких сам забезпечує свою соціальну захищеність, доповнена тільки видами соціальної підтримки відповідно до моральних міркувань. У зв'язку з цим ліберальну модель навряд чи можна вважати цілком адекватною концепції соціально орієнтованої економіки.

Соціал-демократична модель характеризується системою соціального захисту, заснованою на принципі «хто ти є», який виявляється у зрівняльному характері соціального захисту незалежно від критеріїв доходів або трудового статусу громадян.

Консервативна модель соціального захисту виходить із принципу «що ти зробив», який реалізується через систему соціального страхування, яка пов'язує високий рівень соціального захисту з високими заробітками громадян в минулому. Консервативний характер такої системи соціального захисту виявляється в тому, що вона націлена на збереження життєвого рівня, досягнутого в період трудової діяльності, на період старості, хвороби, інвалідності.

Принцип «що ти зробив» має на увазі, що соціальний захист є винагородою за «хорошу працю», отже, пов'язує її з індивідуальними здібностями, освітою, професіоналізмом, досвідом та іншими складовими людського капіталу, як і з комунікативними здібностями, соціальними зв'язками, які людина може використовувати для підвищення свого доходу, тобто із соціальним капіталом.

За всіх перевагах принципу, на якому побудована соціал-демократична система соціального захисту, та його адекватності ефективне функціонування соціально орієнтованої моделі ринкової економіки вимагає значних бюджетних ресурсів. Ця модель ефективна, коли держава має фінансові ресурси, достатні для забезпечення високого стандарту соціальної підтримки усіх громадян. А це можливо за досить високих стійких темпах зростання економіки, а також передбачає значний відсоток ВВП, що перерозподіляється через бюджет за допомогою оподаткування.

З точки зору вибору моделі соціального захисту питання співвідношення темпів зростання та податкового навантаження є надзвичайно важливим, адже високі податки дають змогу акумулювати кошти для проведення соціальних реформ, але підривають основи економічного зростання. Численні дослідження показують, що високе податкове навантаження може чинити негативний вплив на темпи економічного зростання [8–11].

Таким чином, країни в умовах ринкової трансформації під час вибору моделі соціалізації економіки мають ризик потрапити в пастку «високі податки – низькі темпи зростання». Приклад скандинавських країн показує, що симбіоз високих податків і соціал-демократичної моделі соціального захисту можливий за певних умов. Однією з найважливіших, на наш погляд, є рівень довіри громадян до формальних інститутів

держави, зокрема уряду, парламенту, органів правопорядку. Тут доречно звернутися до теорії податків як ціни послуг держави: громадяни обмінюють сплачені податки, на які держава надавала блага, серед яких найважливішим є соціальний захист (огляд податкових теорій можна знайти в джерелах [12; 13]).

Довіра до інститутів держави виникає, коли громадяни переконуються, що вона виконує свої зобов'язання, під які вони платили податки. Навпаки, порушення цих зобов'язань послаблює довіру аж до недовіри, стимулює різні форми опортуністичної поведінки економічних агентів по відношенню до формальних інститутів держави, породжує песимістичні очікування учасників ринку та пригнічує ділову активність.

На початку ринкової трансформації, коли старі інститути держави демонтуються більш-менш революційним способом, довіра до нових інститутів може виникнути, на нашу думку, в умовах соціального консенсусу, високої єдності суспільства на основі спільних поглядів, цінностей, підтримки напрямків розвитку. Це створює підстави для проведення швидких реформ, «шокової терапії», які можуть дати відчутні результати для добробуту громадян у відносно короткі терміни. У такій ситуації соціал-демократична модель може обговорюватися як стратегічна перспектива. Такий сценарій був реалізований у країнах Центрально-Західної Європи.

Консервативна модель є оптимальною в умовах, які склалися в Україні, таких як низькі темпи зростання економіки, недостатність бюджетних коштів для широкомасштабних програм соціального захисту, низький рівень довіри, при цьому дослідники відзначають, згідно з даними соціологічних опитувань в Україні, диференціацію оцінок міжособистісної та інституційної довіри [14–16].

Спостерігається тенденція посилення довіри до сім'ї та родичів, що залишається лідером міжособистісної довіри в Україні, при цьому міжособистісна довіра загалом має досить високі оцінки. Згідно з даними Інституту соціології НАНУ 52% респондентів довіряють колегам [17], що говорить про досить великий потенціал соціальних зв'язків.

Відзначається також певне зростання довіри до деяких суспільних інститутів (зокрема, церкви, релігійних організацій) [18, с. 14–15]. Опитування показують низьку довіру населення до бізнесу, а особливо до банків, страхових компаній. Але лідером недовіри з боку громадян є інститути держави (парламент, судова система, уряд тощо) [15]. За результатами опитування, що було проведено центром Разумкова в червні 2018 р, майже половина громадян повністю не довіряє Президенту, Уряду, Верховній Раді і чиновникам; далі за ступенем недовіри йдуть органи правосуддя (40–50%). Помітно зміцнилась довіра до силових органів (армії, національної гвардії, поліції), адже їм не довіряють 18–22%. Лідером повної довіри залишається церква (19%), а слідом йдуть волонтерські організації (16%) [17].

За сумою відповідей «Повністю довіряю» і «Скоріше довіряю» ці організації мають найвищу оцінку громадян: волонтерські організації – 65,2%; церква – 61,1%. Волонтери отримали і найнижчі оцінки недовіри: повністю не довіряють 7,3% опитаних; церкві – 11,3%. У підсумку найкращий баланс довіри/недовіри мають саме волонтерські організації (+44), обійшовши церкву, яка довгий час залишалася лідером довіри. Найгірший баланс отримали інститути держави: держпарат і суди (-77), парламент (-75), уряд (-67). Політичні партії також не мають довіри у громадян (-69,7) [17].

Низький рівень довіри до держави, органів управління є проблемою з точки зору формування соціально орієнтованої економіки, яка передбачає активну роль держави. У ситуації недовіри, яка склалася в Україні, але характерна не тільки для неї, але й для інших країн колишнього СРСР, інституційна функція держави практично приречена на провал, адже відсутність довіри громадян позбавляє громадської підтримки реформи та інституційні зміни. Таким чином, роль, відведена державі у формуванні соціально орієнтованої економіки, без якої вона не може бути створена, суперечить можливостями реалізації, які обмежуються низьким рівнем довіри до держави.

Це протиріччя є особливістю формування цієї моделі економіки в умовах переходу від планово-адміністративної системи до ринкової. Гострота цього протиріччя залежить від рівня недовіри суспільству державі, адже в східно-європейських країнах, які проводили ринкову трансформацію, довіра до уряду й органів влади також знизилася в ході реформ, але виявилася на достатньому рівні, щоб змінити негативний тренд.

В Україні недовіра до держави має більш глибоке коріння, а ринкові реформи, які привели до створення монопольно-олігархічної системи, не орієнтованої на вирішення соціальних проблем, як вимагає концепція

соціально орієнтованої економіки, дали новий імпульс негативному тренду послаблення довіри.

Однак співвідношення чинників та довіри в Україні відкриває можливість вирішення зазначеного протиріччя. Загалом Україну можна віднести до країн з відносно високим або середнім рівнем міжособистісної довіри і дуже низькою довірою до інститутів держави. При цьому, як було показано вище, міжособистісна довіра має достатній рівень не тільки по відношенню до сім'ї та родичів, але й до співгромадян [15, с. 11; 20, с. 76].

Такий рівень міжособистісної довіри створює умови для процесів самоорганізації, а отже, формування громадянського суспільства, яке, по-перше, є формою соціального капіталу, необхідного для створення обговорюваної моделі економіки, по-друге, може частково виконувати деякі функції державних органів або сприяти їх виконанню, заповнюючи зниження результативності їх діяльності внаслідок недовіри населення. Йдеться про досить широкий спектр завдань від організації самооборони та громадського порядку, допомоги незахищеним групам населення до законодавчих ініціатив, громадської експертизи державних проектів і програм тощо (приклади можна знайти в джерелі [19]).

Діяльність неурядових організацій, їх кількість, участь в них населення є характеристикою розвитку громадянського суспільства. Згідно з даними Агентства США USAID, яке проводило моніторинг та оцінювання розвитку громадянського суспільства в Україні за індексом стійкості громадських організацій (CSO SUSTAINABILITY INDEX – CSOSI¹), цей показник має тенденцію до зниження, що говорить про зміцнення та розвиток громадського руху (рис. 1).

Згідно з даними агентства USAID Україна має найкращу оцінку і позитивну динаміку у 2013–2015 рр. у групі серед країн Євразії, куди, крім України, входять пострадянські країни, а саме Білорусь, Молдова, Вірменія, Азербайджан, Грузія, Росія, хоча й відстає

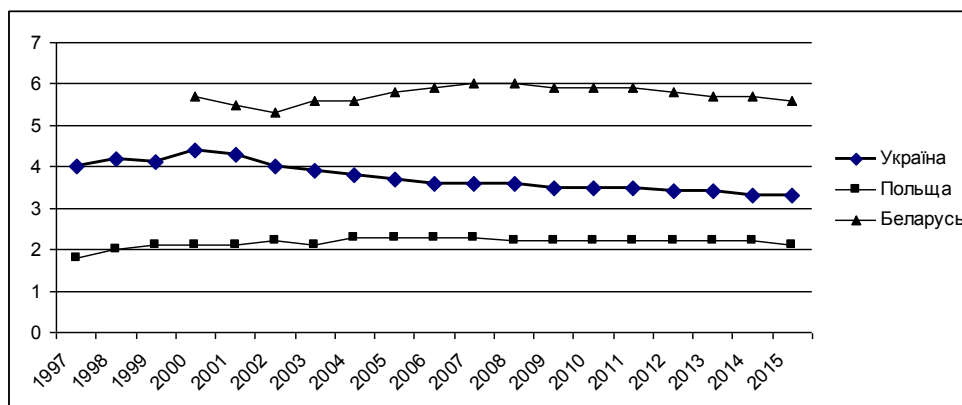


Рис. 1. Індекс сталості неурядових організацій в Україні

Джерело: складено автором за даними джерела [21]

¹ Індекс вимірюється за семибальною шкалою, де 1 – найвищий рівень, 7 – найнижчий рівень.

від лідерів Східної Європи (рис. 1). Ці дані дають підставу для оптимістичних прогнозів щодо розвитку громадянського суспільства в Україні, що має велике значення для подолання кризи недовіри в нашій країні.

Висновки. Попередній розвиток економіки неринкового типу зумовив інституційні, поведінкові та ресурсно-технологічні особливості, які визначили ризики вибору моделі соціально орієнтованої економіки в країнах ринкової трансформації. Обґрунтовано, що консервативний варіант соціалізації економіки під час ринкової трансформації є оптимальним в умовах, які склалися в Україні, таких як недостатній темп зростання економіки та обмеженість бюджетних ресурсів; поведінкові чинники та відсутність соціального консенсусу й довіри до інститутів держави. Водночас співвідношення низького рівня довіри до інститутів держави та відносно високої міжособис-

тисної довіри створює умови для процесів самоорганізації та формування громадянського суспільства, яке може частково виконувати деякі функції державних органів або сприяти їх виконанню, заповнюючи зниження результативності їх діяльності внаслідок недовіри населення. Міжнародні оцінки розвитку громадянського суспільства показують позитивну динаміку, що створює підставу для подолання кризи недовіри під час формування соціально орієнтованої економіки в Україні.

У зв'язку з цим висувуються на перший план завдання розвитку та зміцнення взаємозв'язків і взаємодії державних і громадських інститутів, налагодження соціальних комунікацій між суспільством, державою та бізнесом. Аналіз проблем, що пов'язані з цією проблематикою, та вирішення актуальних завдань у цій сфері є напрямками подальших досліджень.

Список літератури:

1. David P.A. Clio and the Economics of QWERTY. *American Economic Review (Papers and Proceedings)*. 1985. № 75. P. 332–337.
2. Puffert D.J. Path Dependence, Network Form, and Technological Change. *History Matters: Essays on Economic Growth, Technology, and Demographic Change* / W. Sundstrom, T. Guinnane, W. Whatley, eds. Stanford: Stanford University Press, 2003. URL: http://www.vwl.uni-muenchen.de/lk_komlos/nettech1.pdf.
3. Puffert D. Path Dependence. *EH. Net Encyclopedia* / ed. by R. Whaples. 2008. February 10. URL: <http://eh.net/encyclopedia/path-dependence>.
4. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. *Экономика и математические методы*. 1999. Т. 5. № 2. С. 3–20.
5. Richard T. Ely. Behavioral Economics and Public Policy: a pragmatic perspective. *American Economic Review: Papers and Proceedings*. 2015, № 105 (5). P. 1–33. URL: <http://dx.doi.org/10.1257/aer.p20151108>.
6. Сайлер Дж.М., Мутон П., Якушев Л. Международный опыт в области социальной защиты. URL: http://pensionreform.ru/files/6106/models_ss_94.pdf.
7. Esping-Andersen G. *The three worlds of welfare capitalism*. Princetion (N.J.): Princetion Univ. Press, 1994. 248 p.
8. Лук'яненко І.Г., Циганчук Н.А. Вплив зміни оподаткування доходів фізичних осіб на трудову мотивацію. *Економіка та прогнозування*. 2004. № 4. С. 61–70.
9. Луніна І.В. Податкова політика України у контексті створення умов для економічного зростання. *Економіка України*. 2000. № 9. С. 37–47.
10. Соколовська А.В. Теоретичні засади визначення податкового навантаження та рівня оподаткування економіки. *Економіка України*. 2006. № 7. С. 65–76.
11. Меркулова Т.В. Снижение налоговой нагрузки и эффект Лаффера: аргументы и заблуждения // *Налогообложение: проблемы науки и практики: монография*. Харьков: ИД «ИНЖЕК», 2007. С. 28–42.
12. Пушкарева В.М. *История финансовой мысли и политики налогов*. Москва: Инфра-М., 1996. 192 с.
13. Блауг М.О. *Економічна теорія в ретроспективі*. Київ: Основи, 2001. 670 с.
14. Геєць В.М. Довіра як елемент соціального капіталу в економічному розвитку України. *Економічна теорія*. 2010. № 3. С. 7–19.
15. Геєць В.М. Взаємодія довіри і розвитку. *Економічна теорія*. 2005. № 2. С. 3–16.
16. Бова А.І. Соціальний капітал в Україні: досвід емпіричного дослідження. URL: <http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>.
17. Довіра громадян України до суспільних інститутів: результати соціологічного дослідження // Офіційний сайт Центра Разумкова. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/socio/2018_06_press_release_ua.pdf.
18. Гоч Р.О. Динаміка довіри суб'єктам соціально-економічних відносин у сучасній Україні. *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2012. Вип. 4 (15). С. 241–256.
19. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: загальні тенденції, регіональні особливості: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2014. 78 с.
20. Буркинський Б.В., Горячук В.Ф. Социальный капитал: сущность, источники и структура, оценка. *Экономика Украины*. 2013. № 1 (606). С. 67–81.
21. The 2015 CSO Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia. URL: https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1861/Europe_Eurasia_CSOSIReport_2015_Update8-29-16.pdf.

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Статья посвящена анализу рисков, возникающих при выборе модели социальной защиты в условиях рыночной трансформации. Они рассматриваются как проявление эффекта предшествующего развития согласно принципу "path dependence". Выделены 3 группы особенностей формирования социально ориентированной экономики (институциональные, поведенческие и ресурсно-технологические), которые обуславливают выбор модели социальной защиты. Рассмотрена роль поведенческих факторов (инерции и доверия), обоснована целесообразность консервативной модели в условиях, которые сложились в Украине. Проанализировано соотношение межличностного и институционального доверия в Украине с точки зрения развития гражданского общества и формирования социально ориентированной экономики.

Ключевые слова: модели социально ориентированной экономики, принцип "path dependence", доверие, гражданское общество, поведенческие факторы.

FEATURES OF THE CHOICE OF A SOCIAL ORIENTED ECONOMY MODEL UNDER MARKET TRANSFORMATION CONDITIONS

The article is devoted to the analysis of risks that arise when choosing a model of social protection in conditions of market transformation. They are considered as consequences of the effect of prior development in accordance with "path dependence" principle. There are 3 groups of peculiarities of a social-oriented economy developing (institutional, behavioral and resource-technological), which influence the choice of social protection model under market transformation conditions. The role of behavioral factors (inertia and confidence) is considered the expediency of the conservative model in the conditions that have developed in Ukraine. The correlation between interpersonal and institutional trust in Ukraine is analyzed from the point of view of the development of civil society and the formation of a socially-oriented economy

Key words: model of socially-oriented economy, "path dependence" principle, trust, civil society, behavioral factors.

2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.7

Апальков С.С.

аспірант,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ

У статті досліджено детермінанти розвитку глобального ринку альтернативного фінансування. Виявлено, що основними чинниками формування цього ринку виступили конкуренція з традиційними джерелами фінансування, такими як банки і фондовий ринок; зростання рівня інформатизації інвестиційного ринку; підвищення рівня фінансової грамотності населення. Автор проводить порівняльний аналіз специфіки формування цього ринку в різних регіонах світу (Азія, Америка, Європа), а також ідентифікує характерні тренди.

Ключові слова: альтернативне фінансування, краудфандінг, рівноправне кредитування, краудфандінг, заснований на отриманні частки у бізнесі, балансове кредитування, алгоритмічна торгівля.

Вступ. У світі зростає рух щодо революціонізації інвестиційної та банківської діяльності шляхом використання технологій для спрощення зв'язків між тими, хто хоче інвестувати гроші, і тим, хто їх потребує. В результаті виник такий напрям, як альтернативне фінансування.

Ринок альтернативного фінансування демонструє швидкі темпи зростання й великі нові можливості як для ініціаторів проектів і підприємців, так і для інвесторів. Проте для цього виду інвестування характерні і високі ризики. Отже, цей ринок потребує комплексного дослідження й аналізу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблему альтернативного фінансування активно вивчає Кембріджський центр альтернативного фінансування при Кембріджському університеті у Великобританії, а також публікує щорічні звіти про стан розвитку цих ринків щодо усіх регіонів світу [1–6].

Питаннями розвитку краудфандінгу в Україні займаються такі дослідники, як, зокрема, Г.А. Отливаньска [7], І.П. Васильчук [8], Н.І. Ценклер, М.В. Панько, В.О. Огородник, В.К. Макарович [9], А.В. Києвич, А.Д. Койп [10], Д.Ю. Болдарук [11], К. Аккерман [12].

Мета статті полягає у дослідженні детермінантів розвитку глобального ринку альтернативного фінансування.

Викладення основного матеріалу. Хоча немає єдиного авторитетного визначення цього терміна, його можна ідентифікувати як фінансування із зовнішніх нетрадиційних джерел, які не включають банки та фондові ринки. Деякі джерела наголошують на тому, що у фокусі цього методу перебуває безпосередній зв'язок через інтернет-платформи між тими, хто збирає кошти,

та організаціями, що фінансують. Краудфандінг, заснований на отриманні частки у бізнесі (Equity-based Crowdfunding), та рівноправне кредитування (peer-to-peer lending) є авангардом цього руху.

Краудфандінг – це інструмент, який формується як альтернатива традиційним формам фінансування, допомагаючи підприємцям зібрати кошти для реалізації своїх ідей. Краудфандінг (англ. “crowdfunding”, від “crowd” – «натовп» і “funding” – «фінансування») є способом залучення капіталу невеликими розмірами від значного кола осіб з метою фінансування нового проекту, використовуючи спеціальні краудфандінгові платформи, що з'єднують потенційних інвесторів і підприємців. Нетрадиційними характеристиками краудфандінга порівняно з наявними інструментами фінансування є першочергова роль інтернет-ресурсу і кількість учасників реалізації проекту [7].

Європейський парламент визначає краудфандінг як відкритий опціон на покупку (“call”) для збирання ресурсів (грошових коштів, матеріальних товарів) від населення через інтернет-платформу.

В обмін на свої внески натовп може отримати низку матеріальних активів або нематеріальних активів, які залежать від типу грошового фінансування.

Це, як правило, відбувається на платформах “crowdfunding”, тобто інтернет-платформах, які зв'язують збір коштів з фінансами.

Також у сучасній літературі розглядається таке поняття як краудінвестинг. Термін «краудінвестинг» використовується для тих видів краудфандінга, які передбачають фінансовий вид мотивації [7].

Швидке зростання ринку альтернативних фінансів спонукає до постійного розвитку різноманітних моделей фінансування для краудфандінгових платформ. Справді, класифікаційні підходи іноді дуже різняться залежно від джерел. Загалом вони виявляють деякі загальні моделі, такі як краудфандінг, заснований на винагородженні (reward-based crowdfunding); краудфандінг, заснований на безоплатному даруванні (donation-based crowdfunding); краудфандінг, заснований на кредитуванні (debt-based crowdfunding); краудфандінг, заснований на отриманні частки у бізнесі (equity-based crowdfunding). Однак альтернативний ринок фінансування розвивається неоднорідно в усьому світі, а деякі країни демонструють різноманітні типи платформ.

Слід зазначити, що майже щороку з'являються нові моделі альтернативного фінансування.

Наприклад, у 2013 р. у звіті з бенчмаркінгу альтернативних фінансів Великобританії [4] автори виділили дев'ять ключових альтернативних моделей фінансування. А у 2017 році у Звіті про альтернативні фінанси в Америці [5] існували десять типів моделей, які дещо різняться. Нарешті, 3-й Європейський Альтернативний Фінансовий Звіт представляє агреговані моделі на основі 14 різних моделей альтернативних фінансів (табл. 1).

Ринок альтернативного фінансування найбільш динамічним чином розвивається в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. На другому місці перебуває Американський континент. Європа значно поступається в цьому контексті зазначеним регіонам і представлена на третьому місці (табл. 2).

Серед країн найбільш розвиненими ринками альтернативного фінансування відрізняються Китай, США та Великобританія.

Таблиця 1

Сучасні моделі альтернативного фінансування

Модель альтернативного фінансування	Визначення
Рівноправне споживче кредитування (P2P Consumer Lending)	Фізичні особи або інституційні спонсори надають позику споживачу-позичальнику.
Рівноправне кредитування бізнесу (P2P Business Lending)	Фізичні особи або інституційні спонсори надають позику бізнес-позичальнику.
Рівноправне майнове кредитування (P2P Property Lending)	Фізичні особи або інституційні спонсори надають кредит, забезпечений майном, споживачу чи бізнес-позичальнику.
Балансове кредитування бізнесу (Balance Sheet Business Lending)	Компанія платформи надає позику безпосередньо бізнес-позичальнику.
Балансове споживче кредитування (Balance Sheet Consumer Lending)	Компанія платформи надає позику безпосередньо споживчому позичальнику.
Балансове майнове кредитування (Balance Sheet Property Lending)	Компанія платформи надає позику, захищену від майна, безпосередньо споживачу чи бізнес-позичальнику.
Торгівля рахунками (Invoice Trading)	Фізичні особи або інституційні спонсори купують рахунки-фактури або дебіторську заборгованість у бізнесу зі знижкою.
Краудфандінг, заснований на отриманні частки у бізнесі (Equity-based Crowdfunding)	Фізичні особи або інституційні спонсори купують акції, випущені компанією.
Краудфандінг, заснований на нерухомості (Real Estate Crowdfunding)	Фізичні особи або інституційні спонсори надають фінансування в обмін на частку капіталу або субординованого боргу під час купівлі нерухомості.
Боргові цінні папери (Debt-based Securities)	Фізичні особи або інституційні спонсори купують боргові цінні папери (як правило, облігації або боргові зобов'язання) за фіксованою процентною ставкою.
Міні-облігації (Mini-Bonds)	Фізичні особи або установи купують цінні папери від компаній у формі незабезпечених роздрібних облігацій.
Розподіл прибутку (Profit Sharing)	Фізичні особи або установи купують цінні папери від компанії, такі як акції або облігації, та частки у прибутку або роялті підприємства.
Краудфандінг, заснований на винагородженні (Reward-based Crowdfunding)	Інвестори надають фінансування окремим особам, проектам або компаніям в обмін на негрошові винагороди чи продукти.
Краудфандінг, заснований на безоплатному даруванні (Donation-based Crowdfunding)	Донори надають фінансування окремим особам, проектам або компаніям на основі добродійних або громадянських мотивацій без очікування грошової або матеріальної віддачі.

Джерело: складено автором

Таблиця 2

Показники розвитку альтернативного фінансування в регіональному розрізі

Регіон	Од. виміру	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Середній приріст зростання, %
Європа (зокрема, Великобританія)	EUR (b)	1,127	2,833	5,431	7,671	89,51%
Америка (зокрема, США)	EUR (b)	3,24	9,65	29,98	31,81	114,13%
Азія та Океанія (зокрема, Китай)	EUR (b)	4,13	20,29	94,61	221,66	277,21%

Джерело: [6]

Азіатсько-Тихоокеанський регіон.

Китай залишається найбільшим у світі ринком альтернативного фінансування, загальний обсяг якого у 2016 р. склав 243,28 млрд. дол. США, або 99% загального обсягу в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. При цьому з 2015 по 2016 рр. цей обсяг збільшився на 138%, тобто більш ніж удвічі протягом року.

Рівень транскордонної участі азіатських платформ дуже невисокий, а саме в межах 10% залежно від типу моделі. Інвестори віддають перевагу інвестиціям на національних ринках альтернативного фінансування.

Американський регіон.

Незважаючи на те, що онлайн-ринок альтернативних фінансових послуг продовжує розширюватися в Америці, Сполучені Штати (США) залишаються найбільшим учасником з точки зору річного обсягу інновацій продукту, модельного різноманіття, інституційної участі та кількості активних альтернативних платформ фінансування. У 2016 р. США становили 98% загального обсягу ринку в Америці.

У межах Латинської Америки та Карибського басейну (МРЛ) Мексика відповідає за 33% загального регіонального обсягу, Чилі – 29%, Бразилія – 19% [4].

Аналізуючи ступінь інституціоналізації (участі інституційних інвесторів) у США в розрізі моделей, можемо помітити, що деякі з них дуже залежать від інституційних інвесторів, інші мають більш диверсифіковану базу інвесторів. Так, платформи балансового споживчого кредитування (Balance Sheet Consumer Lending) США повідомили, що 95% їх загального

обсягу походять від фінансів, наданих інституційними інвесторами. Натомість балансове кредитування бізнесу (Balance Sheet Business Lending) показує тренд зменшення залежності від інституційних інвесторів, адже зафіксувало лише 39% від загального їх обсягу фінансування у 2016 р. порівняно з 94% у 2015 р.

У США серед моделей альтернативного фінансування безперечним лідером є рівноправне споживче кредитування (P2P Consumer Lending), обсяги якого досягли 19 млрд. дол. США у 2016 р. (табл. 4). Водночас активно поширюються моделі балансового кредитування бізнесу та споживачів. Цей відносно новий напрям цікавий тим, що, на відміну від класичного краудфандінгу, позику бізнесу або фізичній особі надає безпосередньо платформа, тобто її юридична особа, яка оформлена як фінансова компанія.

Європейський регіон.

Спостерігається тенденція зростання транскордонної складової на європейському ринку альтернативного фінансування. Так, згідно зі звітом Кембріджського центру [5], більшість європейських платформ альтернативного фінансування в різних моделях працює на міжнародному рівні, хоча транскордонні транзакції все ще представляють лише скромну частку обсягів платформ.

Хоча консолідація існує в певних юрисдикціях, нові платформи продовжують з'являтися, а інші зникають. Оператори, що виживають, продовжують інновації та розширюють свою діяльність, залучаючи нові продукти та канали на свої внутрішні та зовнішні ринки. Загальні перспективи подальшого внутрішнього та

Таблиця 3

Обсяги альтернативного фінансування в Американському регіоні

Регіон	Од. вим.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Середній приріст зростання, %
Американський регіон, зокрема:	млн. \$	8 884,1	26 298,3	32 924,5	93
США	млн. \$	8 742,2	25 980,6	32 252,9	92
Латинська Америка	млн. \$	56,2	110,6	342,1	147
Канада	млн. \$	85,8	207,1	329,5	96

Джерело: [5]

Таблиця 4

Обсяги альтернативного фінансування в США за моделлю

Модель альтернативного фінансування	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Середній приріст зростання, %
Рівноправне споживче кредитування (P2P Consumer Lending)	5 714	16 216	19 009	82
Балансове кредитування бізнесу (Balance Sheet Business Lending)	827	2 072	5 495	158
Балансове споживче кредитування (Balance Sheet Consumer Lending)	520	2 793	2 703	128
Рівноправне бізнес-кредитування (P2P Business Lending)	752	2 432	1 351	34
Рівноправне майнове кредитування (P2P Property lending)	101	705	991	213
Краудфандінг, заснований на нерухомості (Real Estate Crowdfunding)	104	436	740	167
Інші (розподіл прибутку (Profit sharing) та боргові цінні папери (Debt-based securities))			608	–
Краудфандінг, заснований на винагородженні (Reward-based Crowdfunding)	386	593	537	18
Краудфандінг, заснований на отриманні частки у бізнесі (Equity-based Crowdfunding)	205	539	513	58
Краудфандінг, заснований на безоплатному даруванні (Donation-based Crowdfunding)	132	194	306	52

Джерело: складено на основі джерела [5]

міжнародного зростання залишаються значними. Фінансування бізнесу, отримане від альтернативних фінансів, продовжує суттєво зростати, надаючи потенційні рішення для малих і середніх підприємств, які все ще стикаються з проблемами з доступом до фінансування, а особливо на ранніх стадіях [5].

Україна.

Краудфандінг в Україні перебуває на стадії становлення. Існує безліч внутрішніх факторів, а також характерних особливостей краудфандінга, які сьогодні перешкоджають його бурхливому розвитку в нашій країні. Нечисленні вітчизняні краудфандінгові платформи орієнтовані на вирішення соціальних завдань, а потенціал краудінвестинга не є реалізованим. Однак з огляду на можливості, які відкриває застосування краудфандінга, такі як реалізація проекту, що не має коштів на фінансування; допомога в просуванні проекту через засоби масової інформації; здатність централізувати й оптимізувати зусилля щодо збору коштів; зростання довіри інвесторів, лояльності споживачів, іміджу підприємства; можливість оплати за користування фінансовими ресурсами після надходження позитивних грошових потоків від реалізації проекту, в найближчому майбутньому краудфандінгові угоди можуть стати одним з основних інструментів фінансування інноваційних рішень інвестиційної діяльності українських підприємств [6].

До основних чинників (драйверів) розвитку ринку альтернативного фінансування можна віднести такі три ключові фактори: 1) конкуренція з традиційними інвестиційними установами; 2) зростання рівня інформатизації ринку інвестицій; 3) підвищення рівня інвестиційної грамотності населення.

Конкуренція з традиційними інвестиційними установами. Слід зазначити, що ринок альтернативного фінансування, зокрема краудфандінгові платформи, активно почав розвиватися в період, коли традиційний інвестиційний сектор (банки й інвестиційні компанії) переживав фінансову кризу 2008–2009 рр. і змушений був значно скоротити пропозицію грошей, а особливо для малого та середнього бізнесу, зокрема під тиском державних регуляторів. Ключову роль в кінцевому результаті в обмеженні кредитування відіграв Базельський комітет, який розробив і 12 вересня 2010 р.

затвердив нову редакцію угоди, а саме Базель III [13], яка значно підвищила усі вимоги до банків у сфері надання ризикованого фінансування. В результаті утворилася ніша, де був попит, а пропозиція стала обмеженою. Цим і скористалися краудфандінгові платформи.

Стрімкий **розвиток цифрової економіки** став другим ключовим драйвером активізації ринку альтернативного фінансування, адже він привів до суцільної інформатизації ринку інвестицій. Нині однією з найпоширеніших технологій на світових біржах є алгоритмічна торгівля, що використовується вже більше десяти років і неухильно набуває популярності, досягнувши у 2012 р. 85% ринку [14]. Використання роботів зменшило вартість управління інвестиціями для споживачів. Крім того, концепція онлайн-магазину з доступом для широкого кола покупців стала застосовуватися в різних сферах, зокрема послужила фундаментальною ідеєю для створення краудфандінгових платформ. Тут замість товарів пропонуються інвестиційні проекти, а як ціна продажу – відсоткова ставка прибутковості. На фоні щорічного зростання інтернет-користувачів (рис. 2) в усіх країнах світу аудиторія потенційних споживачів послугами платформ альтернативного фінансування постійно збільшується.

З цим тісно пов'язаний і наступний чинник, а саме **підвищення інвестиційної грамотності населення**. Наприклад, в Азії, яка відрізняється найвищими темпами зростання ринку альтернативного фінансування, індекс фінансової грамотності (розроблений Mastercard [16]) щорічно зростає, зокрема в таких країнах, як Індія, Індонезія, Тайвань (рис. 3).

Щорічне збільшення обсягів ринку альтернативного фінансування привертає все більше уваги великих інституційних інвесторів, що стає новим драйвером його розвитку. Наприклад, відмінною рисою ринку альтернативних фінансових послуг у США (що посідає 2-ге місце за обсягами після Китаю) є постійне панування інституційних інвесторів на ньому. Ринок США помітно відрізняється від інших глобальних ринків альтернативних фінансів, оскільки інституційні інвестори (такі як фонди, банки та компанії з управління активами) завжди відігравали значну роль у забезпеченні фінансування позичальникам та емітентам [5]. На відміну від Великобританії, ЄС або Азіатсько-Тихо-

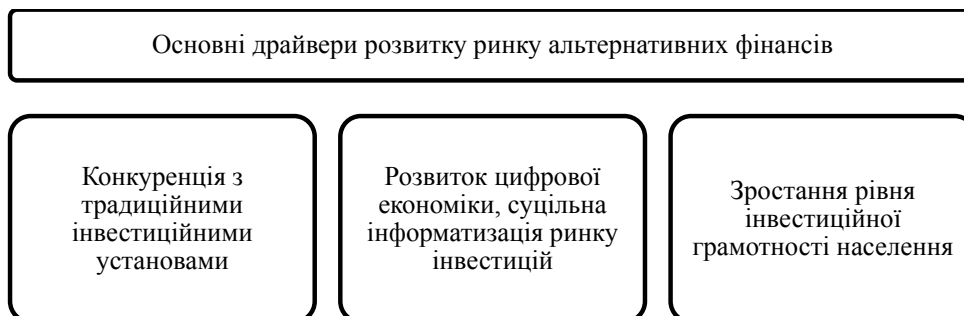


Рис. 1. Основні драйвери розвитку ринку альтернативного фінансування

Джерело: складено автором

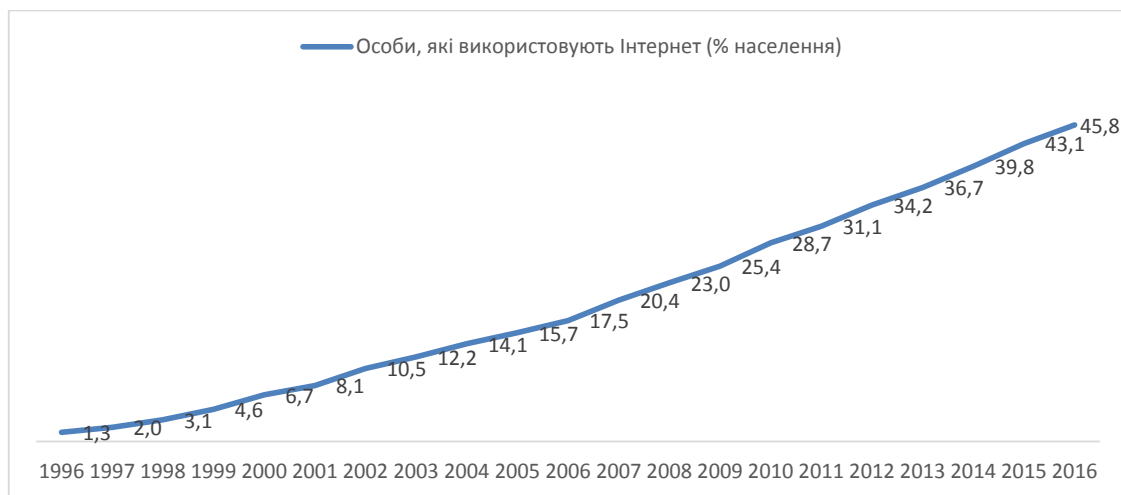


Рис. 2. Рівень використання Інтернету у світі (% до населення)

Джерело: [15]

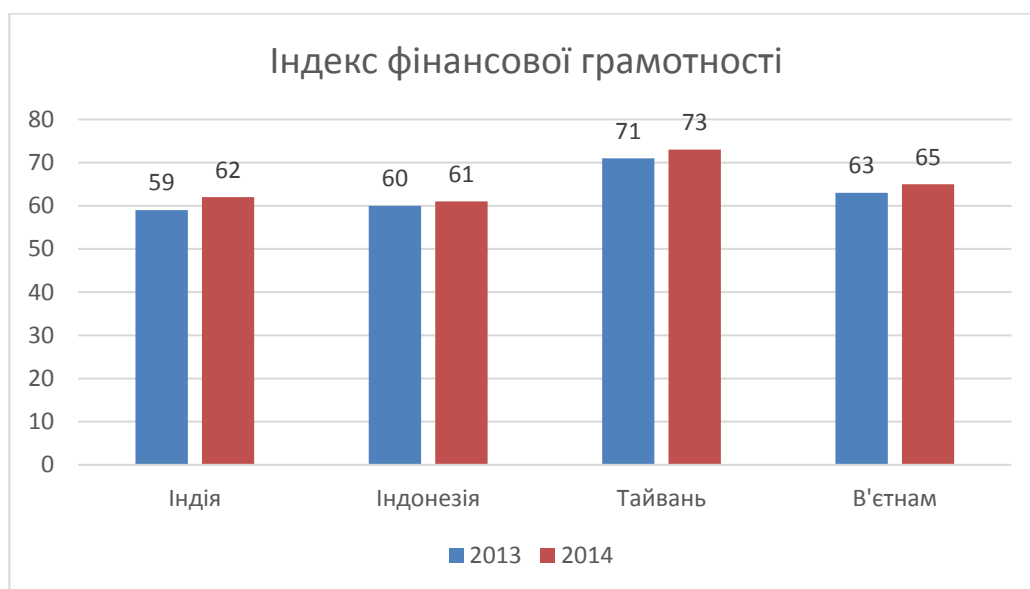


Рис. 3. Індекс фінансової грамотності

Джерело: [16]

океанського ринку, де когорта онлайн-інвесторів переважно складається з роздрібних інвесторів (тобто приватних осіб), моделі альтернативних фінансів у США традиційно покладаються на інституційну участь, що значною мірою обумовлене специфікою регулювання, яке обмежує через акредитацію участь в інвестиціях неакредитованих інвесторів.

Висновки. Отже, глобальний ринок альтернативного фінансування розвивається високими темпами, розкриваючи широкі можливості для залучення інвестицій для малого й середнього бізнесу.

Ключовими драйверами його розвитку є такі. По-перше, надання конкурентних пропозицій грошей тим сегментам, які не фінансуються або не кредитується традиційними джерелами, зокрема банками та

фондовим ринком. По-друге, інтенсивний розвиток цифрової економіки розкрив потужні можливості спілкування між продавцями і споживачами інвестиційних ресурсів без посередників (банки, інвестиційні і страхові компанії). По-третє, завдяки суцільній інформатизації збільшилась доступність інвестиційної інформації, що привело до підвищення фінансової грамотності та обізнаності людей з інвестиційними інструментами, що, зокрема, зумовило формування цільової аудиторії для краудфандингових платформ.

Необхідно зазначити, що ринок альтернативного фінансування, з одного боку, потенційно дуже необхідний для розвитку бізнесу в країні (що дуже актуально також для України), а з іншого – має високі ризики та потребує подальшого глибокого вивчення.

Список літератури:

1. Baek P., Collins L., Zhang B. Understanding Alternative Finance: The UK Alternative Finance Industry Report 2014. Cambridge University and Nesta. URL: www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternativefinance/downloads/2014-uk-alternative-finance-benchmarking-report.pdf.
2. Collins L., Swart R., Zhang B. The rise of future finance: The UK Alternative Finance Benchmarking Report". December 2013. URL: http://ec.europa.eu/finance/consultations/2013/crowdfunding/docs/contributions/individuals-and-others/nesta-with-university-of-cambridge-and-university-of-california-berkeley_en.pdf.
3. Hitting Stride: the Americas alternative finance industry report / T. Ziegler, E.J. Reedy, A. Le, B. Zhang, R.S. Kroszner, K. Garvey. 2017. 44 p. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2017-05-americas-alternative-finance-industry-report.pdf.
4. Expanding Horizons: The 3rd European Alternative Finance Industry Report / T. Ziegler, R. Shneor, K. Garvey, K. Wenzlaff, N. Yerolemu, R. Hao, B. Zhang 2016. p. 123. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-ccaf-exp-horizons.pdf.
5. Cultivating Growth: The 2nd Asia Pacific Region Alternative Finance Industry Report. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2017-09-cultivating-growth.pdf.
6. Harnessing Potential: The Asia-Pacific Alternative Benchmarking Report. Cambridge Centre For Alternative Finance. University of Cambridge. Judge Business School. URL: http://sydney.edu.au/business/_data/assets/pdf_file/0005/262166/Harnessing-Potential-Report.pdf.
7. Отливанская Г.А. Перспективы и возможности применения краудфандинга в инвестиционной деятельности предприятий Украины. Проблемы економіки. 2017. № 2. С. 276–280.
8. Васильчук І.П. Краудфандинг як феномен постіндустріальної економіки. Ефективна економіка. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2500&p=1>.
9. Ценклер Н.И., Панько М.В., Огородник В.О., Макарович В.К. Краудфандинг в Украине: специфика учета. Sustainable Development. 2015. Vol. 3 (24). P. 38–42.
10. Киевич А.В., Койп А.Д. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. Экономика и банки. 2016. № 1. С. 58–65.
11. Болдарук Д.Ю. Краудфандинг как новый источник финансирования инновационной деятельности в сельском хозяйстве. RJOAS. 2015. № 6 (42). URL: https://rjoas.com/issue2015-06/article_03.pdf.
12. Аккерман К. Краудфандинг як фінансовий інструмент. URL: http://ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm.
13. Хоружий Д.В. Сучасні тенденції впровадження положень Базеля III. Вісник Національного банку України. 2015. Квітень. С. 60–65.
14. Циганов С.А., Апалькова В.В. Розвиток штучного інтелекту: еволюційні процеси на міжнародному фінансовому ринку. Фінанси України. 2018. № 8. С. 7.
15. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>.
16. Mastercard Financial Literacy Index Report (2014H1). URL: <https://www1.mastercard.com/content/intelligence/en/research/reports/2015/mastercard-financial-literacy-index-report-2014h1.html>.

ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

В статье исследованы детерминанты развития глобального рынка альтернативного финансирования. Выявлено, что основными факторами формирования этого рынка выступили конкуренция с традиционными источниками финансирования, такими как банки и фондовый рынок; рост уровня информатизации инвестиционного рынка; повышение уровня финансовой грамотности населения. Автор проводит сравнительный анализ специфики формирования этого рынка в различных регионах мира (Азия, Америка, Европа), а также идентифицирует характерные тренды.

Ключевые слова: альтернативное финансирование, краудфандинг, равноправное кредитование, краудфандинг, основанный на получении доли в бизнесе, балансовое кредитование, алгоритмическая торговля.

THE DEVELOPMENTAL DETERMINANTS FOR WORLD MARKET OF ALTERNATIVE FINANCE

The article explores the determinants of the development of the global market for alternative finance. It was revealed that the main factors in the formation of this market were competition with traditional financing sources such as banks and the stock market; increase in the level of information of the investment market; increase in the level of financial literacy of the population. The author compares the specifics of the formation of this market in different regions of the world (Asia, America and Europe) and identifies the distinctive trends.

Key words: alternative finance, crowdfunding, P2P lending, equity-based crowdfunding, balance sheet lending, algorithmic trading.

Іванов Є.І.

кандидат економічних наук,
начальник відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі,
Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто особливості втілення стратегії експортно орієнтованої індустріалізації в низці країн Східної та Південно-Східної Азії в контексті забезпечення диверсифікаційних зрушень у зовнішній торгівлі. Проаналізовано ефективність підходів до диверсифікації експорту на основі розвитку трудомістких галузей виробництва та використання національного ресурсного потенціалу. Обґрунтовано роль держави в індустріалізації країн Східної та Південно-Східної Азії, зокрема у сфері забезпечення стабільного макроекономічного середовища. Узагальнено заходи державної політики диверсифікації зовнішньої торгівлі нових індустріальних країн. Досліджено трансформацію участі відповідних країн в міжнародному поділі праці за ступенем втілення стратегії експортно орієнтованої індустріалізації.

Ключові слова: диверсифікація, зовнішня торгівля, нові індустріальні країни, глобальні ланцюги доданої вартості, «експортна дисципліна».

Вступ. Досвід низки країн світу, які вибрали та успішно втілили стратегію експортно орієнтованої індустріалізації, свідчить про те, що диверсифікація зовнішньої торгівлі залишається невід'ємною складовою у забезпеченні випереджаючого економічного розвитку. З 70-х рр. ХХ ст. низка нових індустріальних країн (НІК) Східної та Південно-Східної Азії здійснила структурну трансформацію своїх економік завдяки системній політиці розвитку виробничо-експортного потенціалу на інноваційній основі, тому досвід цих країн є актуальним та цінним для України, адже відображає передові світові практики забезпечення випереджаючого розвитку шляхом активізації диверсифікаційних зрушень у зовнішньоторговельній сфері.

Аналіз останніх наукових досліджень. Вивченню й узагальненню успішного досвіду проведення економічних реформ в низці країн Східної та Південно-Східної Азії присвячено наукові публікації багатьох вітчизняних вчених-економістів. Серед них слід назвати таких, як Н.М. Грушинська [1], Л.А. Батюк [2], О.І. Рогач [3], Ю.В. Біленко, О.М. Яремчук [4]. В роботах зазначених дослідників розкрито особливості економічного розвитку провідних на сучасному етапі країн Азійського регіону, розглянуто їх торговельну політику та стратегії участі в міжнародному поділі праці, визначено основні складові елементи їх конкурентоспроможності в період активних трансформацій, проаналізовано взаємозв'язок політичної та економічної модернізації в НІК. Водночас слід зазначити, що вивченню особливостей проведення цілеспрямованої політики для забезпечення диверсифікаційних зрушень в експортних потоках нових індустріальних країн приділено недостатню увагу, що обумовлює необхід-

ність поглиблення досліджень у цьому напрямі.

Мета статті полягає в узагальненні успішного досвіду проведення державної політики диверсифікації зовнішньої торгівлі як чинника випереджаючого економічного розвитку в низці нових індустріальних країн Східної та Південно-Східної Азії.

Викладення основного матеріалу. Аналіз досвіду втілення моделі експортно орієнтованої індустріалізації в нових індустріальних країнах засвідчив, що загалом за стратегією зростання обсягів і диверсифікації зовнішньої торгівлі цих країн їх можна розділити на три основні групи:

- країни, в основу диверсифікації зовнішньої торгівлі яких покладено трудомісткі галузі виробництва;
- країни, диверсифікація експорту яких базувалась на використанні національного ресурсного потенціалу;
- країни, що поєднали обидва вищезазначені підходи.

До першої групи належать Гонконг, Тайвань, Сінгапур та Південна Корея. Їх успіх у забезпеченні економічного розвитку через зростання диверсифікації експорту побудований на основі ефективного урядового втручання за допомогою вжиття тарифних і нетарифних заходів підтримки промисловості для забезпечення експортної конкурентоспроможності. Зокрема, на початкових етапах індустріального розвитку уряд Південної Кореї надавав неадресну підтримку національним виробникам для активізації їх експортних поставок, активно захищаючи внутрішній ринок від імпорту високими ввізними митами. Внаслідок дії такого режиму стимулювання початкове зростання експорту країни відбувалося в тих галузях перероб-

ної промисловості, які володіли конкурентними перевагами у витратах виробництва, здебільшого за рахунок надлишку робочої сили. Промислова структура економіки розвивалась на основі порівняльних переваг у виробництві трудомісткої продукції, такої як, зокрема, текстиль, одяг, взуття, товари деревообробки, виробництво світлотехніки. Відповідні галузі стрімко збільшували частку в загальному виробництві, що сприяло випереджаючому зростанню ВВП до початку 1970-х рр. [5, с. 34]. Слід підкреслити, що особливу увагу було приділено вимогам до ціни та якості товарів, лише за умови виконання яких експортери могли розраховувати на одержання допомоги з боку держави.

Досягнені результати дали змогу уряду Південної Кореї на початку 70-х рр. XX ст. перейти до селективної підтримки виробництва й експорту галузей важкої та хімічної промисловості. З одного боку, цьому сприяли чинники ендогенного характеру, оскільки активний розвиток трудомістких галузей на попередньому етапі практично вичерпав надлишок робочої сили та призвів до зростання її вартості, а з іншого боку, чинники екзогенного характеру виявилися у вигляді зростаючої конкуренції на зовнішніх ринках країн тієї продукції, що переважала в корейському експорті [6, с. 241]. Пріоритетні галузі отримали додаткові значні фінансові стимули у вигляді прямих податкових пільг і дешевих кредитів, водночас попередньо надані стимули продовжували діяти для всіх експортерів.

Необхідно зазначити, що протягом першого десятиріччя нової політики сприяння експорту високотехнологічних галузей економіка зіштовхнулась з низкою викликів трансформаційного періоду, а саме спостерігалось значне зростання інфляції та дефіциту торговельного сальдо через те, що національні виробники продукції важкої промисловості потребували істотного імпорту інноваційного обладнання та проміжної продукції для задоволення своїх виробничих

потреб. Однак із середини 1980-х рр. це дало можливість не лише стрімко підвищити загальні обсяги експорту, але й диверсифікувати зовнішні поставки, підвищивши частку в них спершу електричного устаткування та суден, а пізніше – напівпровідників та автомобілів (табл. 1).

Тоді як у 1980 р. одяг займав чільне місце в структурі корейського експорту з часткою 15,9%, уже у 2000 р. ця частка скоротилась до 2,7%, а в 2010 р. одяг не перебував серед числа десяти основних товарних груп експорту. Водночас у товарному експорті зростала частка напівпровідників з 2,5% у 1980 р. до 15,1% у 2000 р. та 10,9% у 2010 р., а також суден – з 3,5% до 10,5% відповідно. Обсяги експорту за цей період зросли з 17,5 до 466,4 млрд. дол. США, або у 26,7 разів. Якщо в у 1960 р. частка експорту товарів і послуг у ВВП складала всього 2,6%, то в 1980 р. вона зросла до 28,5%, у 2000 р. – до 35,0%, а далі до 42,2% у 2016 р. [8]. Характерно, що протягом 1990–2016 рр. Корея лише двічі зазнала незначного скорочення показника ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності, що відбулось у кризові 1998 р. і 2009 р. При цьому у першому випадку падіння становило 5,1%, а в другому – 1,2%. Середньорічний темп зростання цього показника упродовж зазначеного періоду становив 6,1%.

Поряд з очевидними результатами у сфері вертикальної диверсифікації зовнішньої торгівлі необхідно відзначити й деякі виклики, перед якими постала Південна Корея на сучасному етапі внаслідок послідовної політики експортно орієнтованої індустріалізації. Вони полягають у тому, що диверсифікація мала місце за принципом U-кривої: досягши помітних зрушень у структурі експорту у формі зростання в ньому частки високотехнологічної продукції, поставки за кордон сконцентрувались на деяких видах відповідних товарів, адже питома вага десяти найбільших товарних груп в експорті зросла із 47,3% у 1980 р. до 61,9% у

Таблиця 1

Динаміка реструктуризації експорту Південної Кореї
за десятьма основними товарними групами у 1980–2010 рр.

1980 р.		1990 р.		2000 р.		2010 р.	
Товарні групи	%	Товарні групи	%	Товарні групи	%	Товарні групи	%
Одяг	15,9	Одяг	11,7	Напівпровідники	15,1	Напівпровідники	10,9
Сталевий прокат	5,4	Напівпровідники	7,0	Комп'ютери	8,5	Судна	10,5
Взуття	5,2	Взуття	6,6	Автомобілі	7,7	Автомобілі	7,6
Судна	3,5	Відеоапаратура	5,0	Вироби з нафти	5,3	Сенсорні дисплеї	7,0
Аудіоапаратура	3,4	Судна	4,4	Судна	4,9	Вироби з нафти	6,8
Текстиль	3,2	Комп'ютери	3,9	Засоби бездротового зв'язку	4,6	Засоби бездротового зв'язку	5,9
Каучук	2,9	Аудіоапаратура	3,8	Синтетична гума	2,9	Запчастини до автомобілів	4,1
Деревина	2,8	Сталевий прокат	3,8	Сталевий прокат	2,8	Синтетична гума	3,7
Відеоапаратура	2,5	Текстиль	3,6	Одяг	2,7	Сталевий прокат	3,6
Напівпровідники	2,5	Автомобілі	3,0	Відеоапаратура	2,1	Комп'ютери	2,0
Експорт топ-10	47,3	Експорт топ-10	53,4	Експорт топ-10	56,6	Експорт топ-10	61,9
Всього експорт, млрд. дол. США	17,5	Всього експорт, млрд. дол. США	65,0	Всього експорт, млрд. дол. США	172,3	Всього експорт, млрд. дол. США	466,4

Джерело: розраховано автором на основі даних джерела [7]

2010 р. Разом зі збільшенням частки експорту у ВВП це привело до посилення залежності економічного росту від кон'юнктури зовнішніх ринків, що особливо виявилось під час світової фінансово-економічної кризи 2007–2009 рр. [9, с. 530]. Тому на сучасному етапі уряд Південної Кореї взяв курс на стимулювання внутрішнього попиту. Для країни з високим рівнем доходів і значним середнім класом, стимулювання внутрішнього споживання нині може служити альтернативою експортному попиту за несприятливих прогнозів розвитку світового ринку.

Однак, незважаючи на всі проблеми, корейський досвід чітко засвідчив, що цілеспрямована політика експортного зростання на основі вертикальної диверсифікації дала змогу не просто розвинути зовнішньоторговельну сферу країни, але й забезпечити випереджаючі темпи зростання національної економіки з порівняно стійким макроекономічним середовищем. Однією з ключових рис корейської моделі залишається те, що уряд відігравав основоположну роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку, на власний розсуд визначаючи пріоритетні галузі для виробництва й експорту, тоді як приватний сектор реалізовував урядові плани і був нагороджений або покараний залежно від якості цієї реалізації. Яскравим прикладом такої політики є запровадження так званої експортної дисципліни.

Політика «експортної дисципліни» полягає в тому, що для одержання державних преференцій в економічній діяльності великі підприємства були змушені виходити на зовнішні ринки, щоби продемонструвати міжнародну конкурентоспроможність та довести, що одержані пільги не позбавляють їх стимулів надалі розвивати виробництво. Стабільні експортні надходження були також вкрай необхідні для забезпечення країни валютною виручкою з метою закупівлі новітніх іноземних технологій. Для підприємств, що демонстрували належну «експортну дисципліну», уряд ліцензував одержання всіх закордонних технологій. Держава та бізнес узгоджували експортні напрями, стандарти контролю за якістю, продуктивності, зміни виробничих потужностей, питання злиття й поглинання підприємств. Характерно, що в результаті приєднання до ГАТТ у квітні 1967 р. Південна Корея зобов'язалась припинити політику звільнення експортних доходів від оподаткування, вживши еквівалентних заходів прихованого протекціонізму у вигляді введення амортизаційних податкових знижок за результатами експортної діяльності [10, с. 95].

Іншим прикладом результативних диверсифікаційних зрушень з метою активізації економічного розвитку є Тайвань, який став на шлях експортно орієнтованого зростання у 1958 р., вживши низку заходів зі стимулювання експорту у вигляді податкових пільг у зовнішньоекономічній діяльності, надання кредитів експортерам за низькими процентними ставками тощо. Внутрішній ринок був закритий високими ввізними митами та кількісними заходами (квотами). Уряд

вибірково підбирав галузі для просування продукції на зовнішні ринки, керуючись власними стратегічними міркуваннями. Така політика почала давати свої результати вже у 1960-х рр., коли темпи зростання ВВП й експорту значно пришвидшилися порівняно з попередніми роками, проте до кінця 1970-х рр. Тайвань залишався країною, що розвивається, експортуючи здебільшого сировину, а також трудомістку продукцію, виробництво якої потребувало залучення робочої сили з низьким рівнем кваліфікації [11, с. 16].

З метою активізації структурних зрушень в економіці і з огляду на висхідну тенденцію у вартості робочої сили у 1980-х рр. уряд Тайваню взяв курс на інтеграцію промислового комплексу до глобальних ланцюгів доданої вартості. Пільгове кредитування експорту було суттєво обмежено, а пріоритетні галузі державної підтримки почали вибиратися за новою методологією. Перевага віддавалась підприємствам тих галузей, які розвинули тісні кооперативні зв'язки з іноземними партнерами, продукція яких мала високий рівень наукоємності та відповідала новітнім екологічним стандартам [12, с. 293]. З метою одержання переваг інтеграції до глобальних ланцюгів доданої вартості також було взято курс на лібералізацію торгівлі, скасовано низку нетарифних бар'єрів. Водночас вжито низку заходів щодо створення сприятливого режиму для залучення іноземних інвестицій; уряд здійснив ревальвацію національної валюти з метою зменшення торгового профіциту й заохочення імпорту провідних технологій.

Як наслідок, до 1990-х рр. Тайвань став відносно розвиненою країною, яка експортувала хімічну та іншу високотехнологічну продукцію, частка якої сягала 50% в експорті. Більше того, до кінця 1990-х рр. проміжна продукція, машини та транспортне обладнання разом склали 84% експорту країни. Тайвань повністю скористався перевагами глобальних ланцюгів вартості в галузі напівпровідників та став одним з провідних світових експортерів ноутбуків. Таким чином, випереджаюче зростання експорту Тайваню протягом десятиліть характеризувався переходом від трудомістких і низькотехнологічних продуктів до капіталомістких та наукоємних товарів. Проте наслідком вибору стратегії входження до міжнародних ланцюгів створення вартості для Тайваню стало скорочення частки в експорті готової продукції, яка до 1998 р. зменшилась до 14%, натомість в поставках за кордон зросла частка проміжної продукції та засобів виробництва [13, с. 207].

Використання національного ресурсного потенціалу лежало в основі політики диверсифікації зовнішньої торгівлі передусім таких країн Південно-Східної Азії, як Малайзія та Індонезія. На початкових етапах їх уряди активно втручалися в діяльність експортерів, щоб диверсифікувати економіку. Однак, на відміну від Південної Кореї і Тайваню, така диверсифікація полягала у просуванні нової сільськогосподарської продукції (наприклад, пальмової олії в Малайзії) та експлуатації природних ресурсів (виробництво деревини

з тропічних порід в Індонезії, виробництво рибних продуктів у Таїланді), тобто диверсифікація мала передусім горизонтальний характер. Таким чином, крім імпортозамінних та експортно орієнтованих промислових виробництв, первинна обробка сировини разом з ресурсомістким виробництвом загалом була дуже важливою для індустріалізації цих країн.

На наступному етапі вони вийшли за межі статичних порівняльних переваг, отриманих від природних ресурсів, щоб активізувати зростання продуктивності праці. Так, політика експортно орієнтованої індустріалізації запроваджена в Малайзії законом про інвестиційні стимули, згідно з яким на фірми-експортери поширювались податкові та митні пільги. Водночас знижувались ставки ввізних мит на інноваційне обладнання для підприємств, які з його використанням виробляли продукцію на експорт. Втім, найважливішим аспектом зовнішньоторговельної політики було створення низки вільних торгових зон для залучення іноземних інвестицій в експортні виробництва. Диверсифікаційні зрушення в зовнішньоторговельній сфері малайзійської економіки спирались винятково на ПП, внаслідок чого внутрішня фінансова система була відносно незначним чинником у нарощуванні виробничо-експортного потенціалу [14].

Важливо, що й малайзійська модель передбачала центральну роль держави у здійсненні диверсифікаційних зрушень у зовнішньоторговельній сфері. Її основними складовими були:

- значні державні інвестиції в освіту для створення висококваліфікованої робочої сили;
- тісна співпраця між урядом і приватним сектором для визначення політики, розвитку ноу-хау ринку та коригування політики;
- поступове усунення держави від ручного управління економікою шляхом приватизації державних підприємств та розширення можливостей приватних інвесторів;
- відкритий режим залучення ПП для розвитку нових галузей (наприклад, телекомунікацій та автомобільного сектору);
- активна розбудова нових інфраструктурних об'єктів (наприклад, доріг, телекомунікацій, безкоштовних портів) для підтримки експортних виробництв [15, с. 53–54].

Завдяки вищезазначеним заходам Малайзія поступово зменшила у своєму експорті частку сировинної продукції (каучуку та олова) й наростила спершу експорт пальмової олії, а потім продукції з вищим рівнем доданої вартості, передусім електричного і телекомунікаційного обладнання. Результатом стали стрімкі диверсифікаційні зрушення у зовнішньоторговельній сфері країни, а саме частка каучуку в експорті знизилась з понад 60% у 1962 р. до менш ніж 3% у 2008 р. Навпаки, за той же період частка електричного і телекомунікаційного обладнання в експорті зросла з менш ніж 1% до майже половини, а нині вона становить найбільшу товарну групу серед поставок за кордон [16].

Таїланд вирізняється серед інших країн регіону тим, що поєднав обидва підходи до забезпечення диверсифікації зовнішньої торгівлі, а саме сприяння розвитку трудомістких галузей, зокрема текстильної, та активне використання національного ресурсного потенціалу у сфері сільського господарства та рибної промисловості. Розвиток традиційного експортно орієнтованого сільського господарства стимулював зростання АПК. Таїланд відкрив на своїй території низку зон експортного розвитку з метою стимулювання виробничо-експортного потенціалу за пріоритетними галузями та залучення іноземних інвестицій.

Активна диверсифікаційна політика в Таїланді розпочалась у 1972 р. з прийняттям закону про сприяння промисловості, яким запроваджувалось повне звільнення експортно орієнтованих підприємств від сплати ввізних мит, а також надавалось відшкодування податку з продажів та податку на прибуток. Ця політика допомогла країні використати величезні порівняльні переваги у ресурсомісткій та трудомісткій виробничій діяльності. Відповідну політику згодом було посилено цілеспрямованою девальвацією національної валюти. В умовах низького рівня розвитку внутрішнього ринку стрімко зростаючі виробничі потужності були задіяні на закордонні поставки, підвищуючи темпи зростання експорту та темпи зростання економіки загалом. Макроекономічна стабільність разом зі стрімким ростом економіки та комплексом заходів з промислового розвитку, яких вживала держава, дала змогу залучити значні обсяги іноземних інвестицій переважно з країн-сусідів по регіону [17, с. 8].

Необхідно зазначити, що висока результативність розглянутих заходів у країнах Східної і Південно-Східної Азії досягнута не в останню чергу завдяки забезпеченню макроекономічної стабільності, адже високі експортні позиції у довгостроковій перспективі можуть бути втримані лише за умови, якщо економічна політика розвиватиме стабільне макроекономічне середовище. Серед ключових індикаторів макроекономічної стабільності, що уможливили ефективну реалізацію диверсифікаційної політики, слід виокремити такі.

1) Рівень інфляції. Надзвичайно важливою особливістю стабільного макроекономічного середовища економік НІК є низький і передбачуваний рівень інфляції, який виявлявся в кожній з розглянутих країн протягом відповідних періодів розвитку виробничо-експортного потенціалу. У цьому відношенні стабільність макроекономічного середовища в Малайзії, Тайвані та Таїланді була зразковою. Слід зазначити, що, крім зростання цін на нафту у 1973 і 1979 рр., в цих країнах не спостерігалось епізодів появи «інфляційних бульбашок». Отже, низький рівень інфляції в цих економіках став основою досягнення цінової конкурентоспроможності на експортних ринках.

2) Фіскальна дисципліна. Найважливішою причиною низького рівня інфляції в країнах Східної Азії стала спроможність урядів цих країн зберігати дефіцит бюджету в межах керованого рівня. Наприкінці

1980-х рр. Малайзія, Корея та Таїланд спроміглися на фінансову консолідацію і навіть забезпечили профіцит бюджету. Головним аспектом фінансової консолідації вищевказаних країн наприкінці 1980-х рр. було те, що більша частина коригування відбулась у витратній, а не дохідній частині центрального бюджету.

3) Заощадження та інвестиції. Особливістю макроекономічної ситуації НІК, яку виокремлюють як їх основну перевагу, є значна частка інвестицій та заощаджень співвідношенні до ВВП, що спостерігаються у цьому регіоні, порівняно з іншими країнами, що розвиваються. В більшості розглянутих країн спостерігається високий рівень граничної схильності до заощадження, який дедалі більше зростає. З 1980-х рр. заощадження складали в середньому 30% ВВП країн Південно-Східної Азії, водночас інвестиції склали 35% ВВП, а темпи їх залучення у 1990-х рр. перевищували відповідні показники для розвинутих країн. Основним фактором, що сприяв високому рівню інвестицій у цих країнах, був приплив ПІІ через різні політичні стимули, надані урядами. ПІІ відіграли провідну роль у більшості цих країн у фінансуванні експортного сектору.

4) Курс валют. Одним з важливих аспектів монетарної політики НІК було використання валютного курсу для захисту зовнішньоторговельного сектору. Це втілювалось шляхом знецінення валюти або зменшення реального курсу національної валюти. Ключовою особливістю макроекономічного середовища в країнах Південно-Східної Азії залишається відсутність тренду ревальвації грошових одиниць, навіть попри стрімко зростаючі експортні надходження. Реальний обмінний курс більшості валют регіону цілеспрямовано знижувався із середини 70-х до початку 90-х рр. ХХ ст. [18].

Таким чином, можна зробити висновок, що стабільне макроекономічне середовище стало основним фактором міжнародної конкурентоспроможності країн Південно-Східної Азії. Це пов'язане з консервативною макроекономічною політикою, що проводилась протягом певного періоду часу, важливою особливістю цієї політики була швидка й рішуча реакція на проблеми макроекономічної рівноваги, що виникали внаслідок зовнішніх шоків або інших чинників.

З 70-х рр. ХХ ст. низка нових індустріальних країн Східної та Південно-Східної Азії здійснила структурну трансформацію своїх економік завдяки системній політиці розвитку виробничо-експортного потенціалу на інноваційно-модернізаційній основі, яка поєднувала тарифний захист, субсидування, пільгове кредитування експорту, надання технічної допомоги, гнучке трудове законодавство, сприяння інтеграції виробників до міжнародних виробничо-збутових мереж, податкові пільги й інші стимули для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, спрощення процедур торгівлі та усунення надмірних бюрократичних перешкод у системі митного адміністрування, масштабний розвиток інфраструктури ЗЕД тощо. Крім того, держава надавала технічну, фінансову та інформаційну підтримку

залученням ТНК з метою сприяння експорту високотехнологічної та наукоємної продукції.

Систематизувавши заходи державної політики диверсифікації зовнішньої торгівлі НІК, виділимо їх характерні риси:

- розподіл різних преференцій та стимулів до здійснення експорту базувався на ринковому підході та конкуренції, тому для того, щоб отримати право на постійну підтримку, фірмам доводилося демонструвати достатні показники експорту;

- саме приватний сектор економіки виступав рушієм диверсифікаційних зрушень, у низці країн іноземні інвестори також відіграли вагомий роль у переході до експортно орієнтованого зростання;

- урядове втручання в економіку здійснювалось переважно без вагомий корупційної складової, що дало змогу запобігти пошуку «ренти» у сировинних та низькотехнологічних галузях [19, с. 517];

- диверсифікаційна політика супроводжувалась значними інвестиціями в інфраструктуру, а саме на початкових етапах відповідні вливання спрямовувались на розвиток транспортної мережі, пізніше – на розвиток телекомунікацій;

- експортерам був наданий доступ до іноземних комплектуючих, засобів виробництва та устаткування за світовими цінами, що досягалось за рахунок запровадження тарифних пільг, звільнення від сплати податків тощо [20];

- з метою надання преференцій експортерам без порушення норм і правил міжнародного торгового права ГАТТ/СОТ використовувались спеціальні зони експортної переробки та інші види спеціальних (вільних) економічних зон;

- для заохочення ПІІ використовувалась низка податкових пільг, зокрема надавались «податкові канікули», що було особливо важливим на ранньому етапі;

- основною слабкістю експортно орієнтованих компаній в НІК виявився недостатній доступ до інформації про закордонні ринки та технології, тому уряди відкривали інституції просування експорту, що здійснювали міжнародні маркетингові дослідження та поширювали інформацію про умови доступу до світових ринків;

- для формування позитивного іміджу експортованої продукції були розроблені правила та процедури її ліцензування з метою забезпечення високої якості відповідних товарів і послуг.

Отже, новопосталі галузі переробної промисловості підпадали під захист з боку держави за умов активізації своїх експортних поставок, що привело до того, що відповідні галузі швидко стали конкурентоспроможними на міжнародному рівні. Надаючи фірмам захист на певні періоди залежно від продукту, який виробляється, а також вимагаючи, щоб вони почали експортувати певні частки продукції у встановлені строки, держава накладала на підприємства сувору дисципліну в обмін на преференції та захист від імпорту з розвинутих країн.

Висновки. Цілеспрямована політика диверсифікації зовнішньої торгівлі лежить в основі стратегії експортно орієнтованої індустріалізації, яку вибрали та успішно втілили країни Східної та Південно-Східної Азії, що увійшли до групи нових індустріальних держав. Міжнародний досвід проведення успішних диверсифікаційних зрушень у виробництві та зовнішній торгівлі дав змогу узагальнити найбільш ефективні підходи й практики, що полягають у розподілі різних преференцій і стимулів до здійснення експорту на базі ринкового підходу та конкуренції; наданні приватному сектору рушійної сили диверсифікаційних зрушень; здійсненні значних інвестицій у транспортну і телекомунікаційну інфраструктуру; наданні експортерам доступу до іноземних технологій за рахунок запровадження тарифних пілг та звільнення від сплати податків; створенні спеціальних економічних зон з метою надання преференцій експортерам без порушення норм ГАТТ/СОТ; стимулюванні ПП через низку податкових преференцій; забезпеченні експортерам доступу до інформації про умови виходу на зовнішні ринки тощо.

Важливим чинником вертикальної диверсифікації експорту в НІК стало запровадження урядами так

званої експортної дисципліни, яка полягала в тому, що новопосталі галузі переробної промисловості підпадали під захист з боку держави за умов активізації експортних поставок, що привело до того, що відповідні підприємства швидко стали конкурентоспроможними на міжнародному рівні. Надаючи фірмам захист на певні періоди залежно від продукту, який виробляється, а також вимагаючи, щоб вони почали експортувати певні частки продукції у встановлені строки, держава накладала на підприємства сувору дисципліну в обмін на преференції та захист від імпорту з розвинутих країн.

Вжиття цих заходів супроводжувалось забезпеченням стабільного макроекономічного середовища. Висока результативність відповідних заходів досягнута не в останню чергу завдяки забезпеченню макроекономічної стабільності, адже високі експортні позиції країн Південно-Східної Азії в довгостроковій перспективі були втриманні завдяки тому, що їм вдалося взяти під контроль інфляцію, дотримуватися фінансової дисципліни, забезпечувати високу схильність до заощадження населення, підтримувати стабільний курс національних валют.

Список літератури:

1. Грущинська Н.М. Інноваційно-інформаційний напрям розвитку нових індустріальних країн Азії: велика стратегія Китаю як досвід для України. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 10. С. 17–23.
2. Батюк Л.А. Конкурентоспроможність нових індустріальних країн Азії: досвід для України. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2018. Вип. 191. С. 150–162.
3. Рогач О.І. Транснаціональні корпорації та експорт нових індустріальних країн Азії: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 255 с.
4. Біленко Ю.В., Яремчук О.М. Експортоорієнтовані стратегії нових індустріальних країн. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2014. Вип. 36 (1). С. 23–34.
5. Embareka A., Manuel C. Export Diversification in South Korea: Determinants and Implications. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2015. 80 p.
6. Argawal P., Gokarn P., Mishra S. Policy Regimes and Industrial Competitiveness: A Comparative Study of East Asia and India. London: Palgrave Macmillan UK, 2000. 315 p.
7. Kim D. Export Diversification: Lessons from Korean Experience. URL: http://www.cieplan.org/media/publicaciones/archivos/302/Paper_de_Duol_Kim_Korea_Development_Institute_Rep_de_Corea_en_ingles.pdf.
8. Exports of goods and services (% of GDP). World Bank Group. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?view=chart>.
9. Manuel C., Embareka A. The Determinants of Export Diversification at All Margins Case Study: South Korea. International Journal of Scientific & Engineering Research. 2015. Vol. 6. Issue 2. P. 526–532.
10. Studwell J. How Asia Works: Success and Failure in the World's Most Dynamic Region. London: Profile books, 2013. 288 p.
11. Samen S. Export Development, Diversification, And Competitiveness: How Some Developing Countries Got It Right. Washington: World Bank Institute, 2010. 28 p.
12. Shea J., Yang Y. Taiwan's financial system and the Allocation of Investment Funds. The role of State in Taiwan's Development. New York: M.E. Sharpe, 1994. 416 p.
13. Smith H. Industry Policy in Taiwan and Korea in the 1980s Winning with The Market. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., 2000. 288 p.
14. Affendy A.M., Yee L.S., Bakri A.K. Export Diversification and Economic Growth in Malaysia URL: <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/20588>.
15. Yusof Z.A., Bhattasali D. Economic Growth and Development in Malaysia: Policy Making and Leadership. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development, 2008. 60 p.
16. Gijón-Spalla J.G. Will the New Foreign Direct Investment Regime Promote Export Diversification in Algeria? A perspective from Chile's and Malaysia's Successes. The Maghreb Center Journal. 2010. Issue. 1 URL: <https://maghrebcenter.files.wordpress.com/2011/07/algeria-sbl-and-export-diversification-032310-final.pdf>.
17. Thailand Industrialization and Economic Catch-Up Country Diagnostic Study. Asian Development Bank. Manila: ADB, 2015. 59 p.

18. Nimgaonkar G. Export led growth in South East Asia: an overview of export policies and lessons for India. 9th Global Conference on Business & Economics (October 16–17, 2009). URL: www.gcbe.us/9th_GCBE/data/Girija%20Nimgaonkar.doc.
19. Hsieh C. What Explains the Industrial Revolution in East Asia? Evidence from the Factor Markets. The American Economic Review. 2002. Vol. 92. № 3. P. 502–526.
20. Jeong S. The Korean economy and its tax system at a crossroads. URL: file:///D:/Downloads/Conference-RR-2015_Jeong_88541.pdf.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

В статье рассмотрены особенности реализации стратегии экспортно-ориентированной индустриализации в ряде стран Восточной и Юго-Восточной Азии в контексте обеспечения диверсификационных изменений во внешней торговле. Проанализирована эффективность подходов к диверсификации экспорта на основе развития трудоемких отраслей производства и использования национального ресурсного потенциала. Обоснована роль государства в индустриализации стран Восточной и Юго-Восточной Азии, в частности в сфере обеспечения стабильной макроэкономической среды. Обобщены меры государственной политики диверсификации внешней торговли новых индустриальных стран. Исследована трансформация участия соответствующих стран в международном разделении труда по мере реализации стратегии экспортно-ориентированной индустриализации.

Ключевые слова: диверсификация, внешняя торговля, новые индустриальные страны, глобальные цепочки добавленной стоимости, «экспортная дисциплина».

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTING STATE FOREIGN TRADE DIVERSIFICATION POLICY

The article deals with peculiarities of implementing export-oriented industrialization strategy in a number of Eastern and Southeast Asia countries in the context of providing diversification shifts in foreign trade. The efficiency of approaches to export diversification on the basis of labor-intensive industries development and national resource potential is analyzed. The state's role in industrialization of Eastern and Southeast Asia countries, in particular in the sphere of ensuring a stable macroeconomic environment, is substantiated. The measures of foreign trade diversification policy in newly industrialized countries are generalized. The transformation of respective countries' role in the international division of labor during export-oriented industrialization strategies implementation is investigated.

Key words: diversification, foreign trade, newly industrialized countries, global value chains, “export discipline”.

Редько Е.Ю.

кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры международной экономики,
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

ИЗУЧЕНИЕ МОДЕЛИ ОСВОЕНИЯ КИТАЙСКИХ ЗОН ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА КАПИТАЛА

В статье исследовано начало практического освоения ЗТЭР, а именно начальный этап освоения земель, наблюдение за самим процессом освоения и его связью с последующим процессом развития недвижимости в ЗТЭР, анализ их взаимоотношений. Теоретически обобщена эта специфическая модель, выяснены ее закономерности, оценены ее достоинства и недостатки. В статье доказано, что, в соответствии с китайским опытом операций с капиталом, можно будет повысить экономический рост, ускорить принятие рыночных принципов региональной экономикой, улучшить способ и средства правительственной поддержки экономического развития, осуществить здоровое, длительное развитие регионов.

Ключевые слова: зоны технико-экономического развития, модели развития особых районов, модель большого оборота капитала, реформа системы инвестирования, бюджетные вложения.

Вступление. Освоение этого совершенно особого экономического феномена (ЗТЭР) с учетом его экспериментального характера в процессе реформы инвестиционной системы Китая, процесс постоянного обновления и соответствующего изменения внешней среды в условиях рыночной системы экономики, непостоянный, скачкообразный характер одноразовых вложений, которые имеют свои особенные качественные закономерности, привели к возникновению множества проблем, требующих изучения.

Анализ последних научных исследований. Опыт успешного функционирования зон Китая всегда находится в фокусе внимания ученых, в частности речь идет о таких исследователях, как Бо Чжипин, Ван Кай, Ван Хунмо, Ван Циншань, Ван Цзюнь, Ван Цзинь, Го Шухун, Гуань Сюелинь, Пи Цяньшэн, У Сюэцзюань, Ши Яцзюнь.

Цель статьи заключается в том, чтоб продемонстрировать, насколько важно на основе хозяйствования с опорой на капитал решать вопрос приращения инвестиций в капиталоборот зон развития Китая, однако первичные операции, следует начинать с обращения в деньги имущественных запасов.

Изложение основного материала. Не вызывает сомнений то, что в ходе разработки регионального плана для зоны технико-экономического развития (ЗТЕР) прежде всего необходимо рассматривать их как промышленные зоны. Однако стоит только приступить к планированию, как сразу можно столкнуться с множеством отличий ЗТЕР от специализированных промышленных зон и от универсальных промышленных зон.

Поскольку инвестирование средств в конкретные объекты требует наличия гарантий, все специализированные промышленные зоны должны располагать конкретным планом осуществления необходимых мероприятий, который определяет последовательность их проведения. Поэтому в самом начале строительства нужно оценить и указать в плане ряд таких экономических показателей, как, в частности, производственные масштабы промышленной зоны, стоимость производства, оборот по реализации, прибыль, налоговые отчисления, количество рабочих мест [1, с. 121].

Необходимость выбора места для ЗТЭР приводила к тому, что освоение земель на первоначальном этапе происходило на месте, которое почти не имеет никакой опоры со стороны города на естественно или искусственно отгороженном участке. Освоение земель происходило совсем не так, как в некоторых крупных специальных зонах или по модели городского преобразования в Пудуне. Создание промышленной зоны на пустом месте сталкивается со всем комплексом проблем и трудностей, связанных с освоением целины. Более важным является то, что освоение земель дедуцирует весь процесс перехода от плановой экономики к рыночной.

Два этапа развития ЗТЭР в течение предыдущих 12 лет назывались первоначальными этапами. Их центральной задачей являлось освоение земель и освоение имущества. Такие специфические понятия, относящиеся к ЗТЭР, как «освоение в долг», «освоение методом развертывания», «освоение методом вычленения», «освоение с привлечением капитала», замыкаются на землю, так как именно она является чуть ли

не единственным основным капиталом в ЗТЭР. После того как земли освоены, наступает этап привлечения предпринимателей и капитала, а это и есть развитие промышленности. Так называемый инвестиционный климат – это созданные благодаря освоению земель аппаратное обеспечение в виде инфраструктуры и программное обеспечение в виде управления зоной. Их соединение и является основой экономического движения ЗТЭР.

Этот комплексный процесс развития в основном совпадает с ходом реформы инвестиционной системы в Китае и развитием рыночной экономики. Все возникающие проблемы так или иначе с этим связаны и являются источником преобразований.

В последнее время в ЗТЭР сферы приложения подконтрольных финансовых сил концентрируются в трех основных направлениях, а именно в освоении земель, строительстве инфраструктуры (включая хозяйственное имущество не инфраструктурного характера) и общественном имуществе.

Как показано на рис. 1, в рамке, обозначенной пунктиром, показан процесс движения от первичной земли через передачу земли до оплаты за ее владение. Это процесс экономический, который возникает после того, как мы абстрагируемся от имущественных отношений и системы инвестиционного управления.

Последовательность процесса такова: получение первичной земли и вложение в нее капитала для начального развития. С одной стороны, это вложение в себестоимость земли как товара, с другой – создание двух видов товара. Первый – это земля под использование (ее можно еще называть готовой землей, или землей для передачи, или землей, за которую можно взимать налог). Эта часть земли через стоимость за пользование становится материально ответственной за вложения в развитие. Второй вид – это инфраструктура, возникающая после вложений в развитие. Эти земли являются гарантированной подсистемой и предназначены для занятия производственной деятельностью. Степень совершенства инфраструктуры и вложения в развитие составляет прямую пропорцию. Оснащенность, входящая в себестоимость освоения земель, напрямую влияет на стоимость земли. Однако эти два товара отличаются друг от друга. Если земля будет в один прекрасный день передана, то есть продана как товар, то независимо от того, будет ли оплата одноразовой или в рассрочку, стоимость пользования передается другому юридическому лицу, которое уплатило за землю. Период передачи земли можно рассматривать как завершение сделки [3].

Однако другой вид товара, то есть инфраструктура, представляет собой имущество хозяйственного

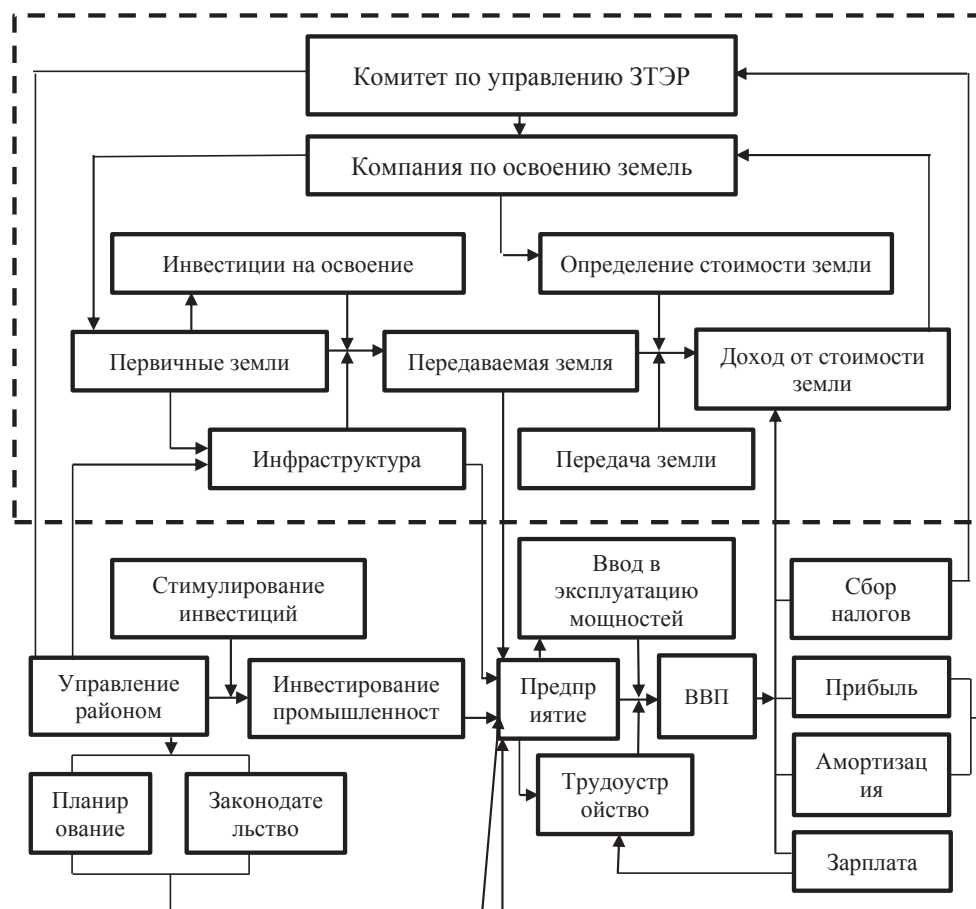


Рис. 1. Соотношение двух уровней развития (зона, обозначенная пунктирной линией, разграничивает два уровня, а прямые линии указывают на их связь)

характера. Его можно уступить другим хозяйствующим субъектам, оно может также эксплуатироваться и теми, кто осваивал земли. Или же можно, отдав право на пай, вести хозяйствование совместно. Посему это вводит проблему имущественных отношений, то есть возникает вопрос о том, кто и каким способом будет осуществлять этот процесс.

Как видно, процесс освоения земель – это процесс товарного производства, и он должен придерживаться принципа «себестоимость – доход». На рынке через стоимость земли осуществляется возврат инвестиций, при этом требуется рентабельность, в чем и заключается суть товарного производства. При сопоставлении производственной стоимости и себестоимости и при условии, что развитие не приносит убытков, девелопер может принять решение осуществлять простое воспроизводство или расширенное воспроизводство. Возврат капитала и его повторное вложение образуют процесс возвратно-поступательного кругооборота. Это и есть прямоугольник, обозначенный на рис. 1 пунктиром.

После наглядного описания модели освоения земель в системе независимых производительных сил строящейся ЗТЭР как только затрагиваются имущественные отношения, возникает необходимость проведения самостоятельного независимого анализа различных результатов этой модели. Его содержание следующее (рис. 2).

Первая категория. Первоначальный капитал – это ссуда, выданная государством на развитие или одновременное использование иностранных инвестиций и ссуды на развитие. В зависимости от того, присутствуют ли средства из государственной казны, от рентабельности или нерентабельности вложенных средств, эту категорию развития можно рассматривать как действия предприятия. Однако внутри этой категории могут возникнуть две ситуации. Первая ситуа-

ция подобна Тяньцзиньской ЗТЭР, где первоначальный капитал полностью опирался на ссуду из центра. Обязательства возлагались на государственное предприятие, а именно Главную компанию, непосредственно подчиненную ЗТЭР, которая и начала развитие. Комитет по управлению осуществляет функции правительства, а Главная компания отвечает за функции предприятия, следовательно, можно рассматривать это как модель действия предприятия под непосредственным управлением правительства. Другая ситуация – это ЗТЭР Миньхан и Цаохэцин в Шанхае, где использовались внешние инвестиции и ссуды для развития зоны. Паяевой капитал был образован в зависимости от соотношения вложенных средств. Была образована фирма с совместным капиталом, которая и вела освоение земель. В зоне не было Комитета по управлению, административные функции осуществляло местное правительство. Поэтому эту модель можно назвать моделью действия предприятия при косвенном управлении со стороны правительства.

Вторая категория. Здесь первоначальный капитал состоял из ссуды на развитие из Центра и финансовой поддержки со стороны местного правительства. Финансовая поддержка носила безвозмездный характер, и ее можно было рассматривать как реальное вложение капитала в государственное предприятие, правда, она не покрывала всех потребностей. Называть такие действия действиями правительственными – значит иметь в виду, что при традиционной системе инвестиций капиталовложения со стороны правительства становятся вполне естественными для государственного предприятия. В этом и проявляются действия правительства. Отсюда видно, что перед нами модель совместных действий предприятия и правительства. Такая модель имеет место в ЗТЭР в Гуанчжоу и Даляне [4].

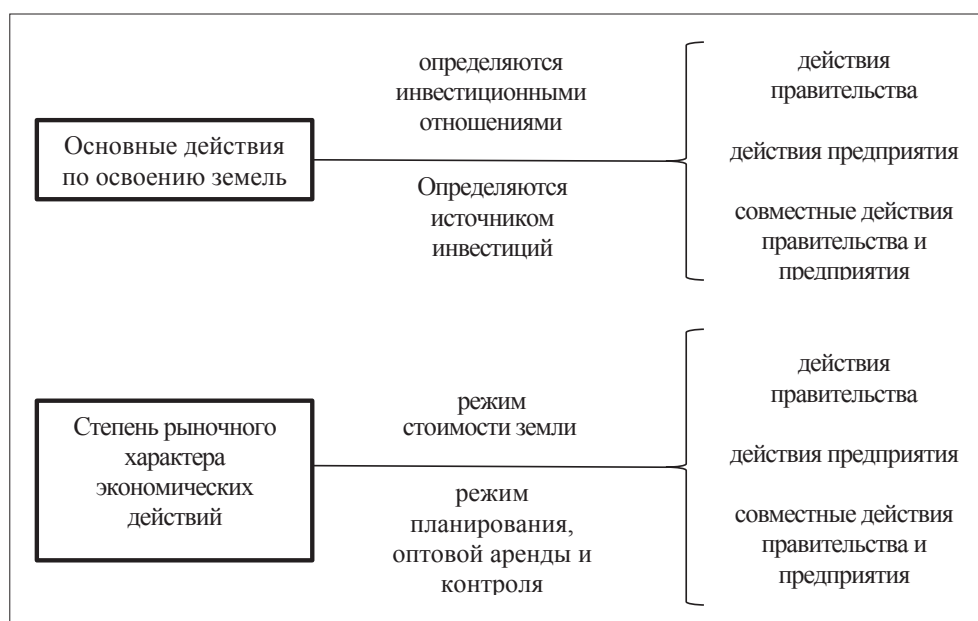


Рис. 2. Анализ результатов модели

В этой первоначальной ситуации видно, что уже нет всесторонних действий со стороны правительства. Все это отличается от того, что было до политики реформ и открытости, когда любое дело должно было сначала иметь план, затем происходило выделение финансов, а первоначальный капитал предприятия исходил из традиционной системы инвестиций правительства. Таким образом, ЗТЭР со дня их создания нанесли удар по традиционной плановой системе экономических инвестиций, отвергнув ее, что согласовывалось с реформой инвестиционной системы государственных предприятий, осуществляемой в Китае, при которой финансирование заменялось ссудами. Реформа и эксперимент отличались новизной и полностью соответствовали первоначальным намерениям центра при создании ЗТЭР.

Согласно логике действий при таком ведении долгового хозяйства и развитии предприятий необходимо сделать следующие выводы:

- земля после ее освоения становится товаром; когда предприятие берет на себя ответственность возратить проценты со ссуды, образовавшимся в результате этого финансовым отношениям следует уделять пристальное внимание; законы товарной экономики должны сыграть свою роль;
- раз это действия предприятий, следовательно, надо соблюдать принцип «себестоимость – доход» и законы рынка, надо заботиться о стоимости земли, эффективности интенсивного использования земли и стремиться извлечь максимальную прибыль от ее освоения;
- освоение земли является относительно независимым процессом товарного производства, кроме предоставления базовых условий для следующего этапа развития отраслей, он не имеет каких-либо отношений к экономике; выбор простого воспроизводства или расширенного воспроизводства должен определяться самим предприятием, а инвестиционный риск должно брать на себя предприятие; все это не имеет никакого отношения к правительству.

Выводы. Модели развития в ЗТЭР потому специфичны, что они образованы из двух теоретически

делимых, а на практике неделимых пластов. Если иметь в виду ЗТЭР, то это модели, которые не выбирать было нельзя, что и привело к возникновению ряда неуправляемых факторов, которых было не избежать:

- невозможность контроля иностранных инвестиций → невозможность контроля движущих сил развития зоны → невозможность контроля кризисной ситуации в развитии → невозможность контроля механизма движения → невозможность контроля результатов движения собственно модели;
- невозможность контроля инвестиционных рисков → невозможность начать нормальное коммерческое хозяйствование → ответственность за риски государственных предприятий → появление модели крупного кругооборота → дотационное хозяйствование → переход рисков на госбюджет → неразделение на правительство и предприятия → поражение реформы замены выделения средств на ссуды → деформация и искажение Моделей развития;
- деформация и искажение Моделей развития → демаркетизация предприятий → трудность продвижения современной производственной системы → низкая эффективность хозяйствования предприятий;
- начало развития первоначальных земель → небольшое, но полное число объектов инфраструктуры микросистемы → высокая плотность и ступенчатая форма инвестиций → высокая потребность в капитале → вложение высокой себестоимости;
- вложение высокой себестоимости → зависимость от специфической политики → появление новых неуправляемых факторов;
- устойчивая политика → доброкачественный характер оборота модели крупного кругооборота → система из разряда неполномочной переходит в разряд полномочной;
- колебания политики → вырождение модели развития хаоса во внутреннем распорядке → возврат высоких рисков.

Особая модель ЗТЭР из первоначально неупорядоченной, пройдя через многие поправки со стороны экономических закономерностей, постепенно выходит на нормальные рельсы среднего периода.

Список литературы:

1. Цяньшэн П., Кай В. Опыт китайских зон технико-экономического развития. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет, 2006. 487 с.
2. Мадиярова Д.М., Наурызгалиева А.А. Свободные экономические зоны: мировой опыт и функционирование в РК. Алматы: АТиСО, 1999 26 с.
3. Чернелевська О.Л. Побудова ефективної китайської економіки як приклад для наслідування Україною. Держава та регіони. 2014. № 2. С. 48–52.
4. China's Special Economic Zones in Africa: the Egyptian case. / Global Economic Recovery // University of Oxford U.K. UK, 2016. P. 121.
5. The Role of Special Economic Zones in China's Economic Development As Compared with Asian Export Processing Zones: 1979 – 1995 / Tatsuyuki OTA Toyo University. Tokyo, Japan, Asia. 2003. P. 129–132.

ВИВЧЕННЯ МОДЕЛІ ОСВОЄННЯ КИТАЙСЬКИХ ЗОН ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: МОДЕЛЬ КРУГООБІГУ КАПІТАЛУ

У статті досліджено початок практичного освоєння ЗТЕР, а саме початковий етап освоєння земель, спостереження над самим процесом освоєння і його зв'язком з подальшим процесом розвитку нерухомості в ЗТЕР, аналіз їх взаємин. Теоретично узагальнено цю специфічну модель, з'ясовано її закономірності, оцінено її переваги й недоліки. У статті доведено, що, відповідно до китайського досвіду операцій з капіталом, можна буде підвищити економічне зростання, прискорити прийняття ринкових принципів регіональної економіки, поліпшити спосіб і засоби урядової підтримки економічного розвитку, здійснити здоровий, тривалий розвиток регіонів.

Ключові слова: зони техніко-економічного розвитку, моделі розвитку особливих районів, модель великого обігу капіталу, реформа системи інвестування, бюджетні дотації.

STUDY OF THE MODEL OF DEVELOPMENT OF THE CHINESE ZONES OF TECHNO-ECONOMIC DEVELOPMENT – THE MODEL OF CIRCULATION OF CAPITAL

The article explores the beginning of the practical development of the TEDZ, namely the initial stage of land development, observation of the actual development process and its connection with the subsequent process of real estate development in the TEDZ, the analysis of their relationships. This specific model is theoretically generalized, its regularities are clarified, and its merits and demerits are estimated. The article proves that, in accordance with the Chinese experience of capital transactions, it will be possible to increase economic growth, accelerate the adoption of market principles by the regional economy, improve the way and means of government support for economic development, and implement healthy, long-term development of the regions.

Key words: zones of technical and economic development, models for the development of special areas, model for large capital turnover, reform of the investment system, budgetary investments.

УДК 338.58:65

Саєнсус М.А.

кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет

ОСНОВНІ НАПРЯМИ СТАЛОЇ ЛОГІСТИКИ: ВИМІР ВПЛИВУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

У статті висвітлено основні напрями розвитку сучасної логістики, заснованої на принципах сталого розвитку. Відображено необхідність врахування впливу логістики на навколишнє середовище. Показано варіанти розрахунку викидів парникового газів, які впливають на глобальний клімат. Всі підходи та методи розрахунку застосовні до всіх видів транспорту (автомобільний, залізничний, водний, авіатранспорт). Найбільш істотні відмінності, крім варіацій у технологіях двигунів і типах палива, пов'язані з якістю даних, розподілом викидів в мультимодальних перевезеннях через спільне використання потужностей.

Ключові слова: логістика, вплив на навколишнє середовище, транспортні засоби, вуглеводний слід, парникові гази, коефіцієнти викидів, відстань, вага.

Вступ. Однією з проблем під час управління сучасної наукоємної економіки полягає в досягненні рівноваги між забезпеченням розвитку й впровадженням інновацій та дотриманням принципів сталого розвитку, впровадженням ресурсозберігаючої екологічної політики. Успішним є просування наукоємних розробок

на світових ринках без реалізації принципів сталого розвитку екологічності, ресурсо- та енергозбереження виробничих процесів.

Особливе місце в практиці бізнесу займає коректна поведінка по відношенню до навколишнього середовища, зокрема під час реалізації логістичних функцій,

виконання яких має здійснюватися із застосуванням ресурсозберігаючих технологій та екологічного оцінювання впливу процесів перероблення ресурсів на навколишнє середовище. Логістика відповідає за переміщення матеріальних потоків по ланцюгу поставки продукції за допомогою здійснення операцій з транспортування, складування, консолідації вантажів, отже, має тісні контакти з навколишнім середовищем.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблеми екологічної складової логістичної діяльності присвячені праці таких вчених, як Т. Доуї, Р. Данн, А. МакКіннон, Ж.-П. Родриге, Д. Роджерс, Р. Тиббен-Лембке, Д. Уотерс, А.У. Альбеков, В.В. Борисова, Л.М. Зарецький, А.А. Кизим, Н.П. Коропова, І.І. Коблянська, А.Ф. Крячков, І.М. Омельченко, Л.А. Сосунов, В.П. Мешалкін, М.Н. Некрасова, Т.Н. Скоробогатов, Д.В. Чернова. Проте слід сказати про відсутність системного розгляду проблеми екологізації логістичної діяльності, що виявляється у відсутності єдиного підходу до методологічних положень, що відображає змістовні аспекти логістики загалом.

Мета статті полягає в розвитку теоретичних положень «стійкої логістики» в сучасних умовах, що дасть змогу поетапно визначити наукові підходи до процесу її організації за допомогою аналізу теоретичних концепцій сталої логістики та розрахунку викидів парникового газів, які впливають на глобальний клімат.

Викладення основного матеріалу. В останні два десятиліття в Європі та США з'явився новий підхід до проектування об'єктів, названий екологічно раціональним проектуванням (Sustainable Design). Це поняття, яке отримало у світі сильне поширення, відноситься до загальної концепції сталого розвитку (Sustainable Development).

Термін «сталий розвиток» вперше з'явився у 1987 р. в доповіді Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку, яка називалась «Наше спільне майбутнє». На засіданні Генеральної Асамблеї ООН було заявлено, що зробити розвиток стійким – значить забезпечити задоволення потреби сьогодення, не піддаючи ризику здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби [1].

На конференції з навколишнього середовища і розвитку (1992 р.) була прийнята концепція «Порядок денний на ХХІ століття» [2].

Наступною подією світового масштабу в галузі стійкого розвитку стала всесвітня зустріч на вищому рівні зі сталого розвитку у 2002 р. (Йоганнесбург, ПАР), або «Ріо+10». У доповіді Генерального секретаря ООН було сказано: «Після зустрічі на вищому рівні «Планета Земля» у 1992 р. у справі забезпечення сталого розвитку було досягнуто вкрай незначний прогрес з урахуванням того, що відбувається подальше загострення проблеми бідності і погіршення екологічної обстановки» [3].

У 2012 р., тобто через 20 років після історичної зустрічі на вищому рівні «Планета Земля», світові лідери знову зібралися в Ріо-де-Жанейро з такими

цілями: забезпечити відновлення політичної прихильності концепції сталого розвитку; оцінити прогрес і виявити прогалини у виконанні вже прийнятих зобов'язань; вирішити нові й виникаючі проблеми.

Конференція ООН на вищому рівні з питань навколишнього середовища і сталого розвитку «Ріо+20» була зосереджена на двох темах, таких як інституціональна основа для сталого розвитку; зелена економіка в контексті сталого розвитку та викорінення бідності.

Підсумковий документ конференції, представлений Головою Генеральної Асамблеї ООН Пан Гі Муном під назвою «Майбутнє, якого ми хочемо» [4], поставив завдання для світової спільноти зі сталого розвитку, особливо виділивши в галузі ресурсозбереження енергетику: «Ми визнаємо надзвичайно важливу роль, яку енергетика грає в процесі розвитку, оскільки доступ до сучасних послуг у сфері екологічно стійкої енергетики сприяє ліквідації злидні, <...> допомагає забезпечувати задоволення насущних потреб людей. Ми знову заявляємо про підтримку національних і субнаціональних стратегій і програм на основі більш широкого використання відновлюваних джерел енергії та інших технологій, що забезпечують скорочення викидів, підвищення ефективності енергоспоживання, більш широке застосування передових енерготехнологій, включаючи більш безпечні в екологічному відношенні технології використання викопного палива, і стає використання традиційних енергоресурсів. Ми відзначаємо початок здійснення оголошеної Генеральним секретарем ініціативи «Стижка енергетика для всіх», в рамках якої увага зосереджена на забезпеченні доступу до енергоресурсів, а також на енергоефективності та поновлюваних ресурсах».

Таким чином, логістика в рамках концепції стійкого розвитку повинна розглядатися як ефективний підхід до управління ресурсними та енергетичними потоками з метою зниження еколого-економічного збитку, що завдається навколишньому середовищу, і забезпечення ефективного інноваційного розвитку економіки загалом.

У зв'язку з цим логістика сталого розвитку покликана сформувати такі основні напрями:

- мінімізація втрат, пов'язана з неефективністю логістичного процесу;
- ефективне використання енергетичних ресурсів;
- ефективне використання матеріальних і сировинних ресурсів;
- ефективне використання наявних потужностей (виробничих, складських, транспортних);
- мінімізація екологічних впливів на навколишнє середовище;
- розроблення та впровадження інноваційних методів управління та організації логістичних процесів.

Необхідно відзначити, що початок «зеленої логістики» для реалізації принципів сталого розвитку покладено ще в середині 1980-х рр. з появою концепції загальної відповідальності. Як зазначає Р. Поїст, ця концепція розглядає, на відміну від загальної теорії управління, також соціальну складову економічної

діяльності, зокрема логістичної. Цей факт свідчить про достатній потенціал використання стійкої логістики у вирішенні соціальних проблем, серед яких слід назвати зростання споживання, низький рівень екологічної культури персоналу, забезпечення необхідного рівня безпеки й комфортності праці, екологічні проблеми.

Справді, протягом останнього десятиліття стало очевидно, що логістика має значний потенціал для здійснення екологічного контролю транспортних систем, процесів утилізації продукції (поворотна, або реверсивна, логістика), використовуваних пакувальних матеріалів, контролю та мінімізації забруднення, реалізації процесів енерго- і ресурсозбереження.

Безумовно, нині науковий інтерес до цієї проблеми збільшився, і якщо за період з 1990 по 1996 рр. було опубліковано лише три наукових статті, які досліджують логістичний потенціал у вирішенні екологічних проблем, то зараз у європейських країнах вже можна спостерігати досвід успішного впровадження методів «зеленої логістики», зокрема під час організації транспортних потоків та схем утилізації і переробки відходів. Поштовхом до цього стало видання у 1992 р. Радою з логістичного менеджменту США монографії Дж. Стоку «Reverse Logistics».

Як зазначалося вище, загальноприйняте у світі поняття «Sustainability» («стійке виробництво/продукція») передбачає оптимальне використання обмежених ресурсів і використання екологічно чистих природо-, енерго- і матеріалозберігаючих технологій на всіх стадіях життєвого циклу, включаючи видобуток і переробку сировини, мінімізацію та знищення відходів, створення екологічно прийнятної продукції.

Тому в сучасній концепції логістики принципи ресурсо- та енергозбереження є невід'ємною частиною. Таким чином, можна констатувати появу нової мети в розвитку логістики, що полягає у створенні ресурсозберігаючої, екологічно й соціально відповідальної бізнес-моделі економіки.

Вплив логістики на навколишнє середовище.

Оскільки товари надходять від виробників в пункти розподілу та реалізації до споживачів через логістичну мережу, вони переміщуються в транспортних засобах (літаки, вантажівки, кораблі тощо), які працюють на паливі (дизельне паливо, бензин тощо). Під час процесу спалювання двигуна видимі та невидимі гази виділяються через вихлопні труби, які впливають на місцевий, регіональний і глобальний склад атмосфери від місцевого забруднення повітря, води або ґрунту до глобальної зміни клімату.

Енергія, яка використовується під час транспортування та зберігання вантажами, також впливає на атмосферу, хоча й не завжди безпосередньо, а опосередковано шляхом використання невідновлюваних джерел енергії. Транспортні перевезення також створюють шум і вібрацію під час руху по дорогах, автомагістралях і водними шляхами, що впливає на якість життя людей та диких тварин. Додаткове упакування й матеріали використовуються для збереження ціліс-

ності продуктів. Ще одним потенційно негативним впливом на навколишнє середовище матеріально-технічного забезпечення є недостатнє видалення або утилізація цієї додаткової захисної упаковки.

Тому необхідно розглянути основні екологічні впливи транспортних операцій на логістику, а саме викиди парникових газів (ПГ), які впливають на глобальний клімат, забруднення повітря і водних шляхів, шум і вібрацію, які впливають на здоров'я людини, і пакувальні відходи.

Викиди парникових газів. Парникові гази поглинають тепло, роблячи планету теплішою. Міжурядова група експертів зі зміни клімату [5; 6] визначає транспортну діяльність як виробництво трьох прямих парникових газів, а саме двоокису вуглецю (CO_2), метану (CH_4) і закису азоту (N_2O). Спалювання транспортних палив дає відносно мало вуглецю в газах, що не містять CO_2 . Вплив парникових газів виражається в термінах еквівалентів діоксиду вуглецю (CO_2), процесі, який зазвичай зветься вуглецевим слідом. Більше 90% викидів парникових газів у логістиці пов'язане з вантажними перевезеннями. Для кожного виду транспорту в логістичній мережі (автомобільна, залізниця, судноплавство, авіація) [5; 6] рекомендується використовувати паливний підхід до вимірювання викидів через досить послідовні оцінки кількості парникових газів, що утворюються під час спалювання кожного типу палива. Цей підхід також відомий як розрахунок на основі енергії, і він є найбільш надійним для CO_2 , основного парникового газу від транспортування, що становить приблизно 97% викидів парникових газів від дороги, а також 98% від морських перевезень [7].

Якщо загальна витрата палива відома, викиди CO_2 можна обчислити, як описано у формулі (1), тобто шляхом множення загальної кількості палива, використовуваного транспортним засобом, на коефіцієнт викидів для цього палива.

$$E = \sum_a [F_a \times E_{Fa}] , \quad (1)$$

де E – викиди CO_2 ; F_a – загальна кількість палива, що використовується транспортним засобом; E_{Fa} – коефіцієнт викидів, що дорівнює вмісту вуглецю в паливі; a – тип палива.

CH_4 та N_2O найкращим чином оцінюються з використанням пройденої відстані та додаванням викидів, які утворюються під час холодного початку транспортування. Це вимагає більш детальної розбивки даних, що вимагають пройденої відстані та коефіцієнтів викидів за типом палива, типом транспортного засобу, технологією управління викидами та умовами експлуатації, такими як типи доріг. Це показано у формулі (2).

$$E = \sum_{f,b,c,d} [D_{a,b,c,d} \times E_{Fa,b,c,d}] + \sum_{a,b,c,d} C_{a,b,c,d} , \quad (2)$$

де E – викиди CH_4 та N_2O ; $E_{f,a,b,c,d}$ – коефіцієнт викидів; $D_{a,b,c,d}$ – відстань, пройдена в перебігу стабільного етапу роботи двигуна; $C_{a,b,c,d}$ – викиди під час розігрівання двигуна; a – тип палива; b – тип машини;

c – тип технології управління викидами; d – умови експлуатації.

Формули (1) (2) припускають, що загальні показники витрати палива легко оцінити. Хоча це може мати місце на національному або регіональному рівні (загальний імпорт нафти, загальний обсяг продажів бензину), власникам транспортних засобів, які відстежують закупівлі палива, ці дані часто недоступні. Тому методи, засновані на активності, працюють шляхом оцінювання споживання палива під час транспортування на основі характеристик транспортного засобу або об'єднання даних про витрату палива з даними про діяльність для розрахунку середніх показників ефективності. Подібно методам, заснованим на паливі, ці методи будуть чутливі до вибору коефіцієнтів викидів палива [7].

На основі відстані. Найпростіший підхід до оцінювання викидів з даних про діяльність полягає у використанні пройденої відстані, помноженої на середню витрату палива транспортного засобу. Вони дають оцінку обсягу споживаного палива, яке потім можна використовувати для оцінювання викидів парникових газів. На практиці використовується низка різних підходів до оцінювання коефіцієнтів викидів на транспортних засобах, які загалом розрізняються за рівнем точності, який вони забезпечують.

Оцінки споживаного палива можуть значно відрізнятися, тому навіть якщо використовуються узгоджені коефіцієнти на основі палива, то результати, отримані на основі даних про діяльність, чутливі до припущень щодо умов експлуатації транспортних засобів (рельєф, кількість вантажу, кваліфікація водія).

На основі ваги. Коефіцієнти викидів для методів вимірювання ваги зазвичай виражаються в тонах кілометрів переміщених товарів. Ці методи забезпечують швидкий і простий метод розрахунку викидів, ґрунтуючись тільки на вазі відвантаженого товару, відстані й загальному знанні використовуваного виду транспорту. Вони також корисні під час порівняння режимів, коли ефективність вимірюється не тільки в кількості вироблених викидів. Всі підходи та методи розрахунку, розглянуті вище, застосовні до всіх видів транспорту (автомобільний, залізничний, водний та повітряний). Найбільш істотні відмінності, крім варіацій в технологіях двигунів і типах палива, пов'язані з якістю даних, розподілом викидів у мультимодальних перевезеннях через спільне використання потужностей, загальний обсяг переміщених товарів.

Залізничний транспорт. Найважливіша варіація в цьому виді транспорту пов'язана зі зміною числа вагонів (порожніх і повних), що тягнуться одним локомотивом. Теоретично кількість палива, споживаного під час будь-якої поїздки, можна відстежити і розподілити на вантаж. На практиці оператори залізниць планують рух і балансують з точки зору всієї мережі. Тоді має сенс розглядати викиди із серії взаємопов'язаних послуг і вимірювати загальну кількість палива і вантажів, що переміщуються по залізничній мережі. Ці розрахунки часто проводяться щорічно, але також можуть про-

водитися щомісяця або щокварталу відповідно до циклів планування операторів залізничного транспорту.

Водний транспорт. Морські судноплавні компанії планують свої транспортні мережі по торгових шляхах між континентами і субконтинентами, об'єднуючи кілька торгових ліній для регулярного обслуговування різних портів. Як і щодо залізничного транспорту, хоча це математично можливо, немає сенсу обчислювати викиди парникових газів, розглядаючи відстані між портами, не маючи повного розуміння загальної динаміки торговельних шляхів. З огляду на розміри судів та відносно невелику кількість перевізників (порівняно з автомобільним транспортом) галузь розробляє методи розрахунку коефіцієнтів викидів по торгових шляхах.

Додатковою особливістю водного судноплавства є одиниця заходів, вжиття яких відбувається судноплавними компаніями для визначення обсягу перевезеного вантажу, а саме контейнера. Після винаходу і широкого застосування контейнера водна навігація була перетворена так, щоб використовувати економічні й ефективні переваги контейнера. Таким чином, коефіцієнти викидів, розраховані з водних перевезень, часто спочатку обчислюються в кілограмах, а потім перетворюються на тоно-кілометри з використанням попередньо узгодженого коефіцієнта перетворення.

Авіатранспорт. Джерелами викидів для авіації є все цивільні комерційні літаки, включаючи авіацію загального призначення, таку як сільськогосподарські літаки, приватні літаки й вертольоти. У паливній методології використовуються тільки дані про витрату палива і середні коефіцієнти викидів для оцінювання літаків, що використовують авіаційний бензин. Підхід на основі палива здійснює оцінювання шляхом розрахунку викидів окремо для фази польоту і фази посадки/зльоту. Методи, засновані на відстані, можуть бути засновані на даних про місце призначення або повну траєкторію польоту. Повна модель траєкторії польоту використовує інформацію про продуктивність літака і двигуна протягом усього польоту, що вимагає моделювання продуктивності двигуна.

Додаткова складність в авіації пов'язана з мультимодальністю цього виду транспорту. Найточніший спосіб виділення викидів – використання співвідношення ваги, використовуваної пасажиром (та їх сумками), та ваги вантажу, оскільки вага визначає кількість палива, споживаного під час польоту. Однак авіакомпанії не планують маршрути, використовуючи ці критерії; замість цього вони оцінюють економіку кожного рейсу та доходи від різних послуг, які вони пропонують.

Розрахунок вуглецевих слідів. Більшість видів транспорту часто пов'язана з декількома організаціями (згідно з договором, вантажовідправником, вантажоодержувачем, перевізником тощо) Можуть включатися посередники, такі як експедитори або 3PL-, 4PL-провайдери.

Розрахунок вуглецевого сліду з використанням цього підходу часто оцінюється як функція ваги вантажу (w) або обсягу (v), відстані (d) та коефіцієнта викидів по конкретних режимах (EF).

$$e(d, w) = d \times w \times EF = d \times v \times EF. \quad (3)$$

Вага вантажу – вага брутто, що транспортується (включаючи всю первинну й вторинну упаковку). Ця інформація відома вантажовідправнику.

Відстань – це загальна відстань по дорозі, по повітря, по трасі або по воді, пройдена від точки відвантаження. Це число може бути не завжди точним або легкодоступним для вантажовідправника, але воно відоме транспортним провайдером. Якщо відстань невідома, це додає до розрахунку ще один рівень невизначеності.

Останній компонент, фактор емісії EF коефіцієнта викидів, є найбільш важливим елементом цього обчислення. Існує безліч джерел, які публікують значення показників, які зазвичай використовуються практиками. В ідеальному випадку ці коефіцієнти викидів

слід збирати безпосередньо із записів витрати палива від оператора перевізника, але найчастіше це результат опитувань перевізників, економетричних моделей або моделювання споживання палива двигуном. Моделі споживання палива дають змогу використовувати більш точні функціональні форми $e(d, w)$.

Висновки. Дотримання принципів стійкого розвитку є основою успіху сучасного бізнесу. Все більше у світі усвідомлюють унікальну цінність невідновлюваних ресурсів і шукають оптимальний баланс між потребами організації, суспільства й природи. Логістичні рішення засновані на розрахункових та реальних показниках діяльності підприємств, що означає, що екологічні моделі логістики вимагають правильного виміру різних впливів на навколишнє середовище.

Список літератури:

1. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. URL: <http://upload.wikimedia.org/wikisource/en/d/d7/Our-common-future.pdf>.
2. Повестка дня на XXI век: принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 г. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml.
3. Доклад Всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию (Йоханнесбург, Южная Африка, 26 августа – 4 сентября 2002 г.). URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N02/636/95/PDF/N0263695.pdf?OpenElement>.
4. Resolution adopted by the General Assembly 66/288. The future we want. URL: <http://www.un.org/ru/documents/ods.asp?m=A/RES/66/288>.
5. IMO (2009) Second IMO GHG Study 2009. International Maritime Organization (IMO), London. URL: www.imo.org/en/OurWork/Environment/.../SecondIMOGHGStudy2009.pdf.
6. IMO (2012). International shipping facts and figures. International Maritime Organization. URL: www.vliz.be/imisdocs/publications/234133.pdf.
7. IPCC (2006). IPCC guidelines for national greenhouse gas inventories. IGES, Japan / S. Eggleston, L. Buendia, K. Miwa, T. Ngara, K. Tanabe. URL: https://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/.../Primer_2006GLs.pdf.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОЙ ЛОГИСТИКИ: ИЗМЕРЕНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

В статье отражены основные направления развития современной логистики, основанной на принципах устойчивого развития. Отражена необходимость учета влияния логистики на окружающую среду. Показаны варианты расчета выбросов парникового газов, которые влияют на глобальный климат. Все подходы и методы расчета применимы ко всем видам транспорта (автомобильный, железнодорожный, водный, авиатранспорт). Наиболее существенные различия, кроме вариаций в технологиях двигателей и типах топлива, связаны с качеством данных, распределением выбросов в мультимодальных перевозках через совместное использование мощностей.

Ключевые слова: логистика, влияние на окружающую среду, транспортные средства, углеводный след, парниковые газы, коэффициенты выбросов, расстояние, вес.

THE MAIN AREAS OF SUSTAINABLE LOGISTICS: MEASUREMENT OF THE EFFECTS ON THE ENVIRONMENT

The article reflects the main directions of development of modern logistics based on the principles of sustainable development. Reflected the need to take into account the impact of logistics on the environment. Options for calculating greenhouse gas emissions that affect the global climate are shown. All approaches and methods of calculation are applicable to all modes of transport (road, rail, water, air). The most significant differences, apart from variations in engine technologies and fuel types, are related to data quality, distribution of emissions in multimodal transport, through joint capacity utilization

Key words: logistics, environmental impact, vehicles, carbohydrate follows, greenhouse gases, emission factors, distance, weight.

Шлапак А.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

НЕРЕАЛІЗОВАНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ США: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

Зовнішньоторговельна стратегія США насамперед обумовлюється об'єктивною необхідністю реалізації потужного національного експортного потенціалу, участі країни в системі міжнародного поділу праці та максимального використання конкурентних переваг міжнародної спеціалізації та кооперування. Великого значення набуває оптимізація ключових макроекономічних пропорцій, зокрема пропорцій між виробництвом і споживанням, надходженнями і платежами в міжнародних розрахунках. Водночас, незважаючи на зменшення відносних показників участі виробничого сектору у про-дукуванні ВВП і сукупної доданої вартості, саме він є основою формування якісно нової виробничої структури та структури зайнятості в народному господарстві США. Це стало потужним стимулом для нарощування масштабів внутрішнього виробництва як головного інструмента розширення постачань товарів і послуг за національні межі, що дає змогу США утримувати стабільні показники макроекономічного зростання й усталені конкурентні переваги за найважливішими напрямками науково-технічного прогресу та інноваційного розвитку.

Ключові слова: США, експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг, глобальний ринок.

Вступ. Розвиток американської економіки впродовж усього післявоєнного періоду супроводжувався перманентними змінами як масштабів і структури зовнішньої торгівлі США, так і напрямів зовнішньоторговельної стратегії держави й механізмів її реалізації. У США зростання вартісних обсягів експорту приводить до створення вдвічі більшої кількості нових робочих місць порівняно зі збільшенням внутрішнього виробництва. Сполучені Штати Америки відіграють надважливу роль у глобальній політиці, економіці та безпеці, що додає їм переваг у отриманні доступу на зарубіжні ринки та широких можливостей захищати на них інтереси своїх транснаціональних структур. Незважаючи на цілу низку негативних наслідків глобальної економічної кризи 2007–2010 рр. на стан американської економіки, вона демонструє високу конкурентоспроможність та стійкість до зовнішніх шоків і дисбалансів.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питанням зовнішньої торгівлі США займалися багато вітчизняних і зарубіжних учених. Так, А. Медісон, Р. Пауерс, Дж. Нічольсон досліджували частку інноваційних розробок у виробничому секторі. Обсяги інвестиційного капіталу, що повертається у США у формі іноземних інвестицій, досліджували А.Ю. Давидов, О.В. Білорус, В.Б. Супян. Проте нереалізований потенціал масштабів та структурних вимірів експортно-імпортних операцій США є актуальним.

Мета статті полягає в аналізі глобального попиту й глобального пропонування товарів і послуг американського виробництва через інтегративне включення до світового ринку експортоорієнтованих секторів економіки США.

Викладення основного матеріалу. Логіка й філософія розвитку національної економіки США засвідчує, що динамічна зовнішня торгівля дає можливість забезпечити найбільш ефективний розподіл ресурсів у межах народногосподарського комплексу, справляючи потужний позитивний вплив на загальне макроекономічне зростання, стабілізацію валютного курсу, нарощування обсягів виробництва продукції та зниження її собівартості, а також створення нових робочих місць і стримування інфляційних процесів. Досить сказати, що саме у США зростання вартісних обсягів експорту приводить до створення вдвічі більшої кількості нових робочих місць порівняно зі збільшенням внутрішнього виробництва [1]. У 2015 р. на американських підприємствах, що займаються експортом товарів і послуг, працювали 11,5 млн. осіб, що становить 8% загальної зайнятості; експортна діяльність забезпечує робочими місцями 2,3 млн. американців-професіоналів сфери бізнес-послуг та 41% зайнятих у сфері комп'ютерного й електронного виробництва [2].

З точки зору циклічної динаміки зниження бар'єрів у міждержавній торгівлі ефективні експортно-імпортні операції США завжди забезпечували зниження волатильності темпів макроекономічного зростання насамперед завдяки диверсифікації національного експортного потенціалу та розбудові тісних вертикальних і внутрішньогалузевих торговельних зв'язків. Не слід скидати з рахунків і того факту, що експортно орієнтовані компанії, постійно конкуруючи із зарубіжними фірмами та підприємницькими структурами, змушені неухильно підвищувати якість своєї продукції та про-

дуктивність праці, що є основою створення якісних робочих місць.

Еволюційний розвиток американської економіки впродовж усього післявоєнного періоду супроводжувався перманентними змінами як масштабів і структури зовнішньої торгівлі США, так і напрямів зовнішньоторговельної стратегії держави і механізмів її реалізації. Це обумовлювалось насамперед об'єктивною необхідністю реалізації потужного національного експортного потенціалу, участі країни в системі міжнародного поділу праці, а також максимального використання конкурентних переваг міжнародної спеціалізації та кооперування. Великого значення набуває також оптимізація ключових макроекономічних пропорцій, зокрема пропорцій між виробництвом і споживанням, виробленою товарною масою і купівельною спроможністю населення, надходженнями і платежами в міжнародних розрахунках. Саме потреби забезпечення оптимальності цих пропорцій визначали відповідні компоненти стратегії Сполучених Штатів у зовнішньоторговельній сфері, зокрема систему митного оподаткування імпортованих товарів, інструментарій кількісних обмежень і нетарифного регулювання імпортованих операцій, механізми державної підтримки експорту.

Сполучені Штати Америки, ставши фактично флагманом глобальних процесів модернізації світогосподарської системи на постіндустріальній парадигмі, протягом останніх десятиліть зазнали фундаментальних структурних трансформацій національної економіки. Вони пов'язані як із загальносвітовими трендами оновлення суспільної виробничої структури, так і з ключовими тенденціями внутрішніх структурних змін як основи макроекономічного зростання. Підтверджен-

ням динамічних темпів постіндустріалізації американської економіки є насамперед той факт, що у період 1950–2015 рр. у секторальному розподілі валового внутрішнього продукту США частка сільського господарства скоротилась із 7% до 1%, промисловості – з 39% до 20% за одночасного підвищення частки послуг (що репрезентують третинний сектор) з 54% до 79% ВВП. І це притому, що динаміка відповідних загальносвітових показників за вказаний період була такою: за сільським господарством відбулося падіння з 15% до 4% ВВП; за промисловістю – із 40% до 27% ВВП, а сфера послуг наростила свій внесок із 43% до 69% валового внутрішнього продукту [3].

Водночас, незважаючи на зменшення відносних показників участі виробничого сектору у продукуванні ВВП і сукупної доданої вартості, саме він є основою формування якісно нової виробничої структури й структури зайнятості в народному господарстві США. Досить сказати, що тільки у 1980–2016 рр. на тлі зменшення загальної кількості зайнятих в американській економіці з 20 до 13 млн. осіб спостерігається зростання індексу промислового виробництва (порівняно з 2009 р. = 100%) з 55% до 122% (рис. 1).

Високорозвинений і диверсифікований промислово-виробничий сектор США в останні десятиліття став потужним рушієм неухильного підвищення рівня економічного добробуту американського суспільства. Саме він є центральним ядром підвищення продуктивності суспільної праці, нарощування інноваційного потенціалу економіки та створення якісних робочих місць. Так, середній працівник, зайнятий в американському промисловому секторі, отримує погодинну заробітну плату в середньому на 2–9% більшу, ніж

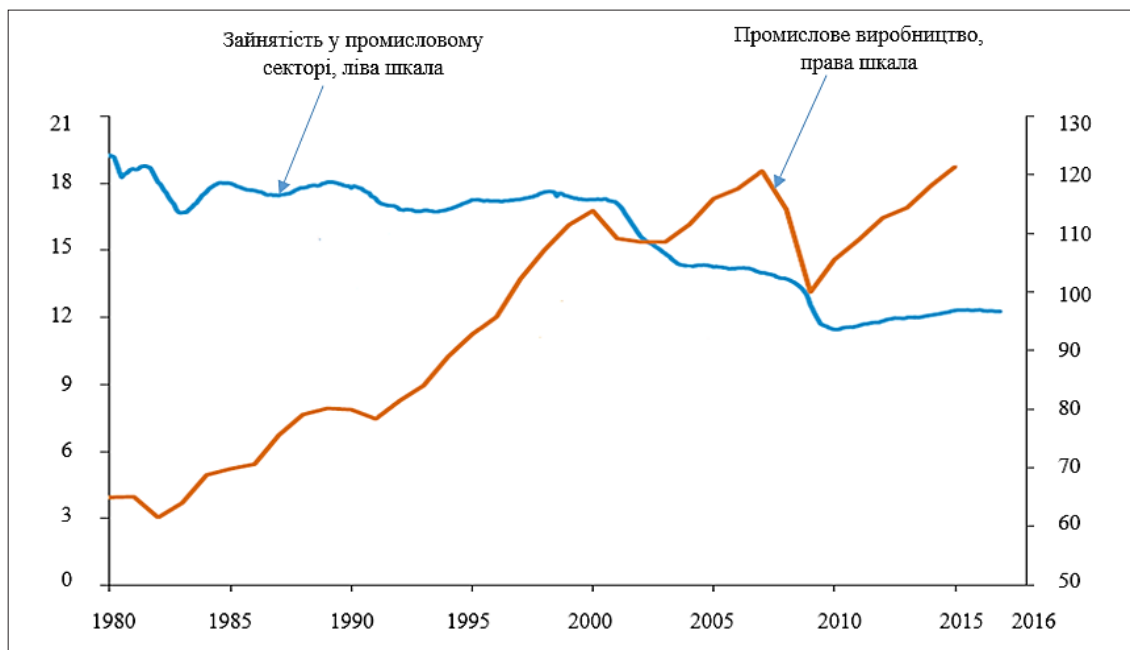


Рис. 1. Динаміка зайнятості у промисловому секторі (млн. осіб, ліва шкала) та промислового виробництва (індекс 2009 р. дорівнює 100, права шкала) у Сполучених Штатах Америки у 1980–2016 рр. [5]

середній працівник у народному господарстві [4]. Крім того, саме у виробничому секторі продукується нині значна частка інноваційних розробок, що становить близько 80% досліджень і розробок (ДіР) приватного сектору, а також більшість патентів, виданих американським Бюро з патентів і торговельних марок США [5]. Високоякісні робочі місця, створювані нині у виробничому секторі, та колосальні інноваційні можливості обробної промисловості слугують потужною інвестиційною платформою динамічно зростаючої макроекономіки США.

Отже, цілком закономірно, що усі ці прогресивні структурні трансформації виробничої системи Сполучених Штатів та їх колосальна ресурсна потужність не могли не вплинути на зовнішньоторговельні операції держави як з точки зору нарощування їх вартісних обсягів, так і щодо диверсифікації продуктово-видової, географічної та інституційної структури. Зовнішньоторговельна диспозиція США на глобальних ринках товарів і послуг детермінується нині не тільки величезними розмірами їх території, колосальними природними й енергетичними ресурсами, кількістю населення, але й лідерством держави у глобальних інноваційних процесах, високим рівнем продуктивності суспільної праці та колосальним внутрішнім платоспроможним попитом. Як показують дані, подані на рис. 2, у 1975–2016 рр. (за винятком циклічних кризових періодів середини 1970-х рр., початку 1980-х, 1990-х і 2000-х рр., а також глобальної економічної кризи 2007–2010 рр.) середньорічні темпи зростання реальної заробітної плати найманих працівників у США стабільно становили від 4% до 6%.

Приблизно такими ж темпами щорічно зростали реальні споживчі витрати американських домогосподарств, які за абсолютними їх обсягами досягнули у першому кварталі 2017 р. 11,7 трлн. дол. США [6] з прогнозованою динамікою зростання до 12,3 трлн. у першому кварталі 2020 р. [7] (тоді як у першому кварталі 1950 р. не перевищували 1,3 трлн. дол.) [6]. Як справедливо зазначає щодо цього вітчизняний учений О.В. Білорус, головні причини першої нециклічної кризи глобального капіталізму полягають у стратегічних інтересах США, які лежать у площині «нарощування платоспроможного споживчого та інвестиційного попиту, доведення до крайньої межі системи монопольної експлуатації світу через механізми штучного попиту, роздування потреб і надспоживання матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів, а також максимальне розширення внутрішнього ринку» [8].

Не слід скидати з рахунків і тієї надважливої ролі, що відіграють Сполучені Штати Америки у глобальній політиці, економіці та безпеці, що дає їм додаткові переваги в отриманні доступу на зарубіжні ринки та широкі можливості захищати на них інтереси своїх транснаціональних структур. Так, частка внутрішнього виробництва США, залученого в експортні операції, збільшилась із 9% у 1929 р. до 21% на початку ХХІ ст., при цьому високотехнологічні галузі американської економіки спрямовують на експорт понад 25% виробленої продукції [9]. Як свідчать дані, представлені в табл. 1, у 1870–2016 рр. зовнішньоторговельний обіг товарів держави збільшився з 829 млн. до майже 3,7 трлн. дол. США (зокрема, товарний експорт збіль-



Рис. 2. Щорічні темпи зростання реальної заробітної плати найманих працівників і реальних споживчих витрат домогосподарств США у 1975–2016 рр., % [5]

Таблиця 1

Динаміка ключових показників зовнішньої торгівлі США протягом 1870–2016 рр., млрд. дол. США [10]

Рік	Експорт			Імпорт			Зовнішньоторговельний обіг			Баланс		
	усього	товари	послуги	усього	товари	послуги	усього	товари	послуги	усього	товари	послуги
2000	1 075,3	784,9	290,4	1 447,8	1 231,7	216,1	2 523,1	2 016,6	506,5	-372,5	-446,8	74,3
2001	1 005,6	731,3	274,3	1 367,2	1 153,7	213,5	2 372,8	1 885,0	487,8	-361,6	-422,4	60,8
2002	978,7	698,0	280,7	1 397,7	1 173,3	224,4	2 376,4	1 871,3	505,1	-419,0	-475,3	56,3
2003	1 020,3	730,4	289,9	1 514,3	1 272,1	242,2	2 534,6	2 002,5	532,1	-494,0	-541,7	47,7
2004	1 161,5	823,6	337,9	1 771,4	1 488,3	283,1	2 932,9	2 311,9	621,0	-609,9	-664,7	54,8
2005	1 286,0	913,0	373,0	2 000,2	1 695,8	304,4	3 286,2	2 608,8	677,4	-714,2	-782,8	68,6
2006	1 457,6	1 040,9	416,7	2 219,4	1 878,2	341,2	3 677,0	2 919,1	757,9	-761,8	-837,3	75,5
2007	1 653,6	1 165,2	488,4	2 358,9	1 986,3	372,6	4 012,5	3 151,5	861,0	-705,3	-821,1	115,8
2008	1 841,6	1 308,8	532,8	2 550,4	2 141,3	409,1	4 392,0	3 450,1	941,9	-708,8	-832,5	123,7
2009	1 583,0	1 070,3	512,7	1 966,8	1 580,0	386,8	3 549,8	2 650,3	899,5	-383,8	-509,7	125,9
2010	1 853,6	1 290,3	563,3	2 348,2	1 938,9	409,3	4 201,8	3 230,2	972,6	-494,6	-648,6	154,0
2011	2 127,0	1 499,2	627,8	2 675,7	2 239,9	435,8	4 802,7	3 739,1	1 063,6	-548,7	-740,7	192,0
2012	2 219,0	1 562,6	656,4	2 755,7	2 303,7	452,0	4 974,7	3 866,3	1 108,4	-536,7	-741,1	204,4
2013	2 293,5	1 592,0	701,5	2 755,4	2 294,3	461,1	5 048,9	3 886,3	1 162,6	-461,9	-702,3	240,4
2014	2 376,6	1 633,3	743,3	2 866,8	2 385,5	481,3	5 243,4	4 018,8	1 224,6	-490,2	-752,2	262,0
2015	2 261,2	1 510,3	750,9	2 761,6	2 272,9	488,7	5 022,8	3 783,2	1 239,6	-500,4	-762,6	262,2
2016	2 209,4	1 459,8	749,6	2 711,7	2 209,9	501,8	4 921,1	3 669,7	1 251,4	-502,3	-750,1	247,8

шився з 393 млн. до 1,5 трлн., а імпорт – з 436 млн. до 2,2 трлн. дол. відповідно). Найбільший приріст експортно-імпортних операцій припав на 1940–1980 рр., коли товарний експорт кожні десять років подвоювався, а протягом 1970–1980 рр. під впливом потужних інфляційних факторів експорт товарів і послуг зріс у 4,6 рази, а імпорт – у 5,5 рази.

Хоча вже з 1950-х рр. окреслюється чітко виражена тенденція до зниження частки США у світовій торгівлі, вона стала лише статистичним відображенням післявоєнного відродження економік країн Європи і Японії, а отже, нарощування масштабів їх експортно-імпортних операцій. Між тим більш явним з 1970-х рр. стає відносне послаблення міжнародних конкурентних позицій американських виробників традиційних галузей економіки (зокрема, вугільної, металургійної, текстильної). Отже, незважаючи на те, що Сполучені Штати втратили світове лідерство в експорті продукції обробної промисловості (воно перейшло у 1978 р. до Німеччини за загальним обсягом експорту), вони залишились найбільшим світовим імпортером [11].

У подальші десятиліття темпи приросту експортно-імпортних операцій США певною мірою стабілізувались, а їх зовнішня торгівля за темпами приросту знову стала випереджати як світову, так і торгівлю найближчих конкурентів. Не беручи до уваги циклічні коливання кон'юнктурних параметрів світового ринку, можемо сказати, що Сполучені Штати частково відновили свої ринкові позиції, а темпи щорічного приросту експорту зафіксувались у досить вузькому діапазоні від 7% до 12% щорічно, значно випереджаючи загальні темпи макроекономічного зростання. Це стало потужним стимулом для нарощування масштабів внутрішнього виробництва як головного інструмента розширення постачань товарів і послуг за національні межі.

При цьому рівень оплати праці найманих працівників в експортно орієнтованих компаніях США у середньому на 15% вище порівняно з підприємницькими структурами, котрі працюють виключно на внутрішньому ринку [12] для задоволення внутрішнього попиту.

Як впливає з даних табл. 1, характерною рисою розвитку зовнішньоторговельних операцій США з початку 1980-х рр. є стабільне перевищення темпів зростання імпорту над темпами зростання експорту, що стало причиною стійкого їх дисбалансу. Крім того, з 2009 р. середньорічні темпи зростання зовнішньої торгівлі США драматично знизились через глобальну економічну кризу й загальне падіння динаміки глобального економічного розвитку. В результаті американський експорт зменшився на 18%, а імпорт – на 26%. Хоча в останні вісім років ситуація дещо вирівнялась, а експорт зростає вищими темпами порівняно з імпортом, однак негативне сальдо зберігається досі. Зокрема, у 2000–2016 рр. його середньорічне значення становило близько 530 млрд. дол. США, коливаючись від мінімального значення 361,6 млрд. у 2001 р. до максимальних 761,8 млрд. у 2006 р.

У наступні роки позитивна динаміка відновилась, і станом на кінець 2016 р. Сполучені Штати Америки, як і в усі десятиліття раніше, позиціонуються у глобальній торгівлі як надважливий суб'єкт, що визначає головні тренди її розвитку, структурної диверсифікації та регуляторно-інституційної модернізації. Є всі підстави стверджувати, що зовнішня торгівля США з початку XXI ст. пережила певне відродження, масштаби та якісні трансформації якого не піддаються повній кількісній формалізації та не можуть бути відображені тільки кількісними показниками й індикаторами.

Характеризуючи зовнішню торгівлю США, відзначимо, що негативний її баланс свідчить не стільки про

послаблення міжнародної конкурентоспроможності національного виробництва, скільки про диспозицію держави у глобальній економіці та іманентно притаманні американській економіці ключові риси й особливості. Йдеться насамперед про високий рівень внутрішнього споживання й матеріального добробуту у країні, масштабний платоспроможний попит на товари й послуги, а також стійкий попит американської економіки на інвестиційний капітал. Обсяги останнього, значно перевищуючи внутрішні фінансові можливості американської економіки, частково компенсуються вхідними потоками іноземного капіталу, який є фактично грошовим ресурсом, сплаченим за «надлишковий» імпорт, що повертається у США у формі іноземних інвестицій [11].

Висновки. Резюмуючи вищенаведене, відзначимо, що глобальна фаза розвитку зовнішньої торгівлі Сполучених Штатів Америки характеризується випереджальною динамікою нарощування її масштабів порівняно з темпами приросту національного валового внутрішнього продукту, максимальною лібералізацією умов реалізації експортно-імпортних операцій держави, а також системною диверсифікацією її географічної, товарно-продуктової та регуляторно-інституційної структури. Це спричиняє не тільки інтенсифікацію товарного обміну між США та їх торговельними партнерами, але й подальше поглиблення міжнародного поділу праці, загострення глобальної конкуренції за

джерела сировини й ринки збуту, динамічну розбудову глобальної торговельно-логістичної інфраструктури та модернізацію глобальної торговельної системи. Незважаючи на цілу низку негативних наслідків глобальної економічної кризи 2007–2010 рр. на стан американської економіки, США демонструють високу конкурентоспроможність та стійкість до зовнішніх шоків і дисбалансів. Це дає змогу Сполученим Штатам Америки не тільки зберігати лідерські позиції в міжнародних торговельних операціях за показниками експортних та імпортних операцій, але й утримувати стабільні показники макроекономічного зростання й усталені конкурентні переваги за найважливішими напрямками науково-технічного прогресу та інноваційного розвитку. Формування глобального попиту й глобального пропонування товарів і послуг американського виробництва, його здатність задовольняти найвибагливіший споживчий попит є нині найбільш ефективними механізмами забезпечення рівноваги світового ринку, інтегративного включення до нього експортно орієнтованих секторів економіки США та значного збільшення кількості національних суб'єктів експортно-імпортних операцій. Це забезпечується завдяки посиленню взаємовпливу і взаємозалежності національних економік, дедалі більшому залученню до них агентів малого і середнього бізнесу, розвитку туристичної індустрії, фінансового і консалтингового бізнесу, інформаційного і креативного секторів.

Список літератури:

1. Kletzer L.G. Imports, Exports and Jobs: What Does Trade Mean for Employment and Job Loss? Upjohn Institute for Employment Research, 2002.
2. Helping U.S. Businesses Increase Global Sales to Support Local Jobs. National Export Strategy 2016. United States of America Trade Promotion Coordinating Committee Washington, D.C. December 2016. P. 2.
3. Maddison A. The West and the Rest in the World Economy: 1000–2030. Maddisonian and Malthusian interpretations. World Economics. Vol. 9. No. 4, October – December 2008. P. 75–99; World Bank Indicators. Structure of Output. Table 4.2. URL: wdi.worldbank.org/table/4.2.
4. Nicholson J.R., Powers R. The Pay Premium for Manufacturing Workers as Measured by Federal Statistics. ESA Issue Brief 05-15. Department of Commerce, Economics Statistics Agency, 2015.
5. Economic Report of the President of the USA. Together with the Annual Report of the Council of Economic Advisers, January 2017. P. 38.
6. United States Consumer Spending 1950–2017. URL: <https://tradingeconomics.com/united-states/consumer-spending>.
7. United States Consumer Spending Forecast 2016–2020. URL: <https://tradingeconomics.com/united-states/consumer-spending/forecast>.
8. Білорус О.В. Політична економія глобалізму і проблеми структурної модернізації національної економіки. Дослідження міжнародної економіки. 2011. Вип. 2 (67). С. 3–6.
9. Сулян В.Б. Глобализация экономики США: масштабы, достижения и проблемы. Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 9. С. 9.
10. Historical Statistics of the United States. Colonial Times to 1957. – A Statistical Abstract Supplement. Prepared by the Bureau of the Census with the Cooperation of the Social Science Research Council, 1957. P. 537–538. URL: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/2017/trad1216.htm>; Statistical Abstract of the United States: 2012. US Department of Commerce, 2012. P. 435.
11. Давыдов А.Ю. Соединенные Штаты в глобальной экономике. Россия и Америка в XXI веке. 2015. № 2. URL: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=446>.
12. Сулян В.Б. Глобализация экономики США: масштабы, достижения и проблемы. Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 9. С. 15.

НЕРЕАЛИЗОВАННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ США: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Внешнеторговая стратегия США в первую очередь обуславливается объективной необходимостью реализации мощного национального экспортного потенциала, участия страны в системе международного разделения труда и максимального использования конкурентных преимуществ международной специализации и кооперирования. Большое значение приобретает оптимизация ключевых макроэкономических пропорций, в частности пропорций между производством и потреблением, поступлениями и платежами в международных расчетах. Вместе с тем, несмотря на уменьшение относительных показателей участия производственного сектора в выработке ВВП и совокупной добавленной стоимости, именно он является основой формирования качественно новой производственной структуры и структуры занятости в народном хозяйстве США. Это стало мощным стимулом для наращивания масштабов внутреннего производства как главного инструмента расширения поставок товаров и услуг за национальные границы, что позволяет США удерживать стабильные показатели макроэкономического роста и устоявшиеся конкурентные преимущества по важнейшим направлениям научно-технического прогресса и инновационного развития.

Ключевые слова. США, экспорт, импорт, внешнеторговый оборот, глобальный рынок.

UNREALIZED POTENTIAL FOR USA FOREIGN TRADE: CURRENT STATE AND PERSPECTIVES

The USA foreign trade strategy is primarily conditioned by the objective need to implement a strong national export potential, the country's participation in the international division of labor, and the maximum use of the competitive advantages of international specialization and co-operation. The optimization of key macroeconomic proportions - between production and consumption, revenues and payments in international settlements is of great importance. At the same time, in spite of a decrease in the relative indicators of the participation of the production sector in the production of GDP and total value added, it is the basis for the formation of a qualitatively new production structure and employment structure in the USA economy. It has become a powerful incentive for increasing domestic production as the main instrument for expanding supplies of goods and services at national borders, which allows the USA to maintain stable macroeconomic growth and firm competitive advantages in the most important areas of scientific and technological progress and innovation development.

Key words: USA, export, import, foreign trade turnover, global market.

3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338:27

Дудкін О.М.

аспірант,

Львівський університет бізнесу та права

КОНЦЕПТ-АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАФТОГАЗОВИХ СТРАТЕГІЧНИХ РЕЗЕРВІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті удосконалено концепт-аналіз системи збалансованості нафтогазових стратегічних резервів національної економіки як ефективного засобу зміцнення економічної безпеки. Конкретні уявлення про основні складові економічної безпеки розглянуто з позиції Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. Проаналізовано підходи до трактування поняття енергетичної безпеки, запропоновано власне визначення. На прикладі міжнародного досвіду проаналізовано методологічні підходи до аналізування рівня енергетичної безпеки з урахуванням основних індикаторів щодо нафти, нафтопродуктів та природного газу. Охарактеризовано залежності енергетичної безпеки від економічної збалансованості системи стратегічного резерву нафти й газу.

Ключові слова: енергетична безпека, збалансованість, концепт-аналіз, національна економіка, система нафтогазових стратегічних резервів.

Вступ. Сучасні проблемні тенденції цивілізаційного розвитку, а також виклики та загрози економічній безпеці зумовлюють загальну суспільну зацікавленість в аналізуванні проблеми вразливості національної економіки (ПВЕБ) з позиції енергетичної безпеки. В аналізованому контексті українське суспільство стикається з різними проблемами та загрозами у зазначеній сфері, що пов'язані перш за все з низьким рівнем сприяння оптимізації управлінських рішень за такою тематикою, а також зволіканням процесів створення ефективної системи нафтогазових стратегічних резервів національної економіки (НСРНЕ) як визначальної передумови вирішення проблем вразливості економічної безпеки національної економіки (ПВЕБ). Ігнорування цих важливих аспектів з практичної точки зору та наявність прогалин в теоретичному обґрунтуванні зазначеного актуалізують необхідність розвитку й удосконалення підходів до аналізування системи НСРНЕ. Причому ця проблема не лише є характерною для вітчизняної економіки, але й актуальною для міжнародної практики, отже, потребує ретельного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомо, що вперше актуалізував проблему економічної безпеки в умовах світової глобальної кризи та запровадив термін «економічна безпека» президент США Ф. Рузвельт. Офіційно цей термін визнаний у 1985 р. на 40-й сесії Генеральної асамблеї ООН, коли було ухвалено резолюцію про міжнародну економічну безпеку [9].

Проблеми економічної безпеки та пов'язані з нею проблеми енергетичної безпеки активно досліджувалися вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких варто виокремити З. Варналія, В. Гейця, В. Горбуліна, М. Єрмошенка, С. Єрохіна, Л. Коковського, О. Кузьміна, С. Пирожкова, О. Суходолі, Г. Рябцева, Ю. Харізашвілі, О. Тимошенко, О. Барановського, В. Шлемка. Авторами, зокрема, уточнено розуміння понять «безпека» та «енергетична безпека», виокремлено чинники забезпечення енергетичної безпеки, розкрито особливості ресурсного забезпечення нафтогазових стратегічних резервів у національній економіці, наведено методичні рекомендації щодо оцінювання достатності таких резервів. Водночас низка важливих завдань із вказаної тематики і досі не є розв'язаною. Перш за все на низькому рівні та досить фрагментарно досліджено проблему аналізування рівня збалансованості НСРНЕ.

Мета статті полягає в удосконаленні концепт-аналізу системи збалансованості нафтогазових стратегічних резервів національної економіки як ефективного засобу зміцнення економічної безпеки.

Викладення основного матеріалу. Конкретне уявлення про основні складові економічної безпеки надано в Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України (далі – методичні рекомендації) [7], розроблених Міністерством економічного розвитку та торгівлі України. Згідно з методич-

ними рекомендаціями визначено дев'ять середньозважених складових економічної безпеки, що становлять її інтегральний індекс, таких як виробнича, демографічна, енергетична, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інноваційна, макроекономічна, продовольча, соціальна та фінансова безпеки. Методичні рекомендації визначають, що економічна безпека – це «стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання».

Л. Коковський визначає економічну безпеку як «стан економіки, що здатний запобігати внутрішнім та зовнішнім загрозам і забезпечити сталий соціально-економічний розвиток» [3, с. 8]. В. Кузьменко трактує це поняття як «стан економіки, який забезпечує спроможність протистояння системи негативним впливам із зовнішнього середовища» [5, с. 138]. Під енергетичною безпекою як запорукою економічної безпеки зазначені вище методичні рекомендації розуміють «стан економіки, що сприяє ефективному використанню енергетичних ресурсів країни, наявності на енергетичному ринку достатньої кількості виробників та постачальників енергії, а також доступності, диференційованості та екологічності енергетичних ресурсів».

Відповідно до методичних рекомендацій енергетична безпека віднесена до основних напрямів дослідження критичних станів в економіці. Але, як свідчить вивчення теорії і практики, розгляд зазначених положень вказує на відсутність єдиного серед науковців і практиків підходу до визначення поняття «енергетична безпека». Наприклад, С. Корсунський зауважує [4, с. 27], що енергетична безпека є важливою комплексною метою уряду будь-якої країни. Досягти її можна лише за наявності виваженої національної стратегії, яка повинна формуватися з урахуванням усього розмаїття факторів міжнародної політики, перспектив розвитку національної економіки, світових тенденцій і прогнозів щодо розвитку ринків енергоносіїв тощо.

Автори наукового видання «Енергетичні ресурси та потоки» за загальною редакцією А. Шидловського [2, с. 11] зазначають, що спектр питань енергетичної безпеки для України є надзвичайно широкий, а саме ширшим, ніж може здатися на перший погляд із визначення поняття енергетичної безпеки, яка трактується як готовність паливно-енергетичного комплексу країни щодо максимально надійного, технічно безпечного, екологічно чистого, економічно ефективного та достатнього енергозабезпечення економіки держави й населення, а також гарантованого забезпечення можливості керівництва держави у формуванні і здійсненні політики захисту національних інтересів.

Цікавими є спроби законодавчого визначення поняття «енергетична безпека». Так, автори проекту Закону «Про засади державної політики у сфері енергетичної безпеки України» (реєстр від 13 липня 2018 р. № 8609) [8] визначають енергетичну безпеку

як «стан функціонування паливно-енергетичного комплексу та національної економіки загалом за якого усі споживачі мають постійний безперебійний доступ до послуг енергозабезпечення у повному необхідному обсязі за прийнятних економічних, екологічних та соціальних умов, існують умови для запобігання та адаптації різким змінам цін на паливно-енергетичні ресурси та умов їх постачання, а інші країни або внутрішні сили не чинять політико-економічного та силового тиску на вибір та провадження енергетичної політики держави».

Іноземні науковці (Дж. Джюел, Дж. Херп, Дж. Янсен та інші) визначають енергетичну безпеку як категорію з визначенням типів ризиків, що мають довгостроковий характер. Загальноприйнятим до трактування цього поняття є підхід, що складається з чотирьох аспектів, таких як наявність (геологічний), доступність (геополітичний), доступність (економічний) та прийнятність (екологічний та соціальний), які включають основні проблеми використання викопних видів палива, що пов'язані з перспективою їх виснаження, раціонального використання запасів, екологічними та соціальними аспектами. Дослідження, що проведене Торговою палатою США, перефразовує цей підхід у такі виміри енергетичної безпеки:

- геополітичний (концентрується на питаннях імпорту енергії, а особливо з політично нестабільних регіонів);
- економічний (висока енергоємність та торговельні дисбаланси);
- надійність (наявність та надійність відповідної інфраструктури);
- екологічний (врахування фактору вуглецевих викидів в енергетичній системі).

Крім того, іноземні науковці вказують на відмінні визначення енергетичної безпеки у державах-імпортерах та державах-експортерах. Для держав-імпортерів основним елементом енергетичної безпеки є забезпечення соціально-економічної стабільності та недопущення падіння економіки під час енергетичної кризи; для держав-експортерів ключовим є збереження ринків, тому для них енергетична безпека – це елемент соціально-економічного процвітання та економічного розвитку. Міжнародне енергетичне агентство визначає енергетичну безпеку як «можливість мати неперервну доступність до енергетичних джерел за прийнятною ціною» [12]. Слід зазначити, що всі ці підходи не охоплюють проблему стійкості (опірності) енергетичної системи до кризи.

Огляд і узагальнення літературних джерел, а також результати виконаних досліджень дають змогу зробити висновок щодо необхідності трактування поняття енергетичної безпеки національної економіки як реалізованої системної здатності (властивості) національної економіки держави щодо створення, збереження, поновлення та використання збалансованого енергетичного потенціалу, що забезпечує сталий економічний розвиток в різноманітних ситуаціях

(зокрема, кризових) в умовах дії дестабілізуючих чинників різноманітного походження і природи. Це визначення відповідає пріоритетним напрямкам розвитку державної енергетичної політики, що передбачають створення стратегічних резервів енергетичних ресурсів (зокрема, нафти, нафтопродуктів та природного газу), підвищення енергоефективності, розвиток альтернативної енергетики та зниження енерговитрат у всіх сферах економіки шляхом впровадження інноваційних технологій [1].

У відповідь на виклики, які зумовлюють вразливість енергетичної безпеки, Міжнародне енергетичне агентство застосовує модель короткострокової енергетичної безпеки (Model of Short-Term Energy Security, MOSES), за допомогою якої здійснюється оцінювання та визначається рівень вразливості енергетичної безпеки держави [12]. Ця модель використовує виміри енергетичної безпеки, а саме зовнішні фактори (включають імпорту залежність) та внутрішні фактори

(видобуток, переробка), які аналізуються в контексті ризику і стійкості (здатність чинити опір у кризовій ситуації) (табл. 1). Для аналізування використовуються 35 індикаторів щодо різних джерел енергії.

У контексті аналізування збалансованості стратегічних нафтогазових резервів як чинника енергетичної безпеки у табл. 2 наведено перелік індикаторів, що використовує MOSES для оцінювання ризику та стійкості системи щодо нафти, природного газу та нафтопродуктів.

Під час використання цієї моделі індикатори оцінюються за такого підходу. Спочатку встановлюються рівні низької, середньої чи високої вразливості для кожного індикатора, наприклад за рівнем імпорту залежності по нафті рівень є низьким за частки імпорту в енергетичному балансі 15% і менше, середнім – за 40–65%, високим – за 80% і більше. Щодо стійкості, то її рівень є високим, якщо кількість точок входу перебуває на рівні 9 або більше нафтопроводів чи 5 і більше

Таблиця 1

Виміри енергетичної безпеки, що розглядаються в моделі MOSES

Фактори	Ризик	Стійкість
Зовнішні фактори	Ризики, що асоціюються з потенційним перериванням чи припиненням постачання енергоресурсів під час їхнього імпорту.	Здатність системи відповідати на переривання чи припинення постачання шляхом зміни постачальників або маршрутів постачання.
Внутрішні фактори	Ризики, що виникають під час видобутку (аварії) чи в процесі переробки (трансформації) енергії.	Здатність системи відповідати на переривання чи припинення постачання шляхом створення стратегічних резервів енергетичних ресурсів, насамперед нафтогазових.

Джерело: складено на основі інформації Міжнародного енергетичного агентства

Таблиця 2

Перелік індикаторів для оцінювання ризику та стійкості нафтогазових резервів згідно з MOSES

Енергоносії	Вимір		Індикатор
Сира нафта	Зовнішній	Ризик	Залежність від імпорту (частка в балансі).
			Політична стабільність у країнах-постачальниках.
		Стійкість	Кількість точок входу для енергоносіїв (порти, трубопроводи).
	Внутрішній		Диверсифікація постачальників.
		Ризик	Частка офшорного (на морському шельфі) видобутку.
		Стійкість	Волатильність внутрішнього видобутку.
Нафтопродукти	Зовнішній	Ризик	Наявність сховищ для зберігання.
			Залежність від імпорту нафтопродуктів.
		Стійкість	Диверсифікація постачальників.
	Внутрішній		Кількість точок входу для енергоносіїв (порти, річки, продуктопроводи).
		Ризик	Кількість нафтопереробних заводів.
		Стійкість	Наявність сховищ для зберігання.
Природний газ	Зовнішній		Гнучкість інфраструктури з переробки (адаптивність до викликів з точки зору спроможності переробляти різні сорти нафти).
		Ризик	Залежність від імпорту (частка в балансі).
			Політична стабільність у країнах-постачальниках.
	Внутрішній	Стійкість	Кількість точок входу для енергоносіїв (порти для прийому зрідженого природного газу (LNG, газопроводи)).
			Диверсифікація постачальників.
		Ризик	Частка офшорного (на морському шельфі) видобутку.
		Стійкість	Потужність (щоденна) з використання підземних газосховищ та сховищ зрідженого природного газу.
			Інтенсивність використання газу у національній економіці (Gas intensity).

Джерело: складено на основі інформації Міжнародного енергетичного агентства

портів; середнім – 3–8 і 2–4 відповідно; низьким – 1–2 і 1 відповідно.

Для визначення політичної стабільності країн-постачальників використовується рейтинг політичної стабільності Організації з економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) [11], який визначається від 0 до 7 (найбільш політично нестабільний регіон). Країни МЕА імпортують енергоносії з країн, індекс яких перебуває на рівні від 0,4 до 4 (наприклад, Російська Федерація має індекс 4, Саудівська Аравія – 2, Кувейт – 2). Диверсифікованість постачальників вираховується за допомогою індексу Герфіндаля-Гіршмана (є статистичним виразом концентрації) [11], який вимірюється від 0,1 до 1 і поділяється на 3 категорії: висока диверсифікованість (менше 0,3), помірна (0,3–0,8) і низька (більше 0,8). Рівень стійкості використання запасів поділяється на 3 рівні: низький (менше 15 днів забезпечення), помірний (20–50 днів), високий (більше 50 днів).

Щодо природного газу імпортна залежність вважається низькою, якщо її частка становить 10% і менше в загальному споживанні газу, помірною – на рівні 30–40%, високою – на рівні 70% і більше. Індикатор стійкості характеризується також кількістю точок входу та диверсифікованістю постачальників. Природний газ може постачатися трубопроводами та через термінали LNG. Чим більше є точок входу та терміналів, тим менше держава вразлива до кризи. Причому для індикатора стійкості більше значення має наявність терміналів LNG, оскільки вони забезпечують можливість найбільшого вибору постачальників, тоді як трубопроводи здійснюють транспортування лише від визначених постачальників. Диверсифікованість постачальників вираховується з використанням того ж індексу Герфіндаля-Гіршмана, який поділяється на такі три категорії: висока диверсифікованість (менше 0,3), помірна (0,3–0,6), низька (більше 0,6) [13].

Можливості використання підземних сховищ як фактор стійкості визначаються також за трьома категоріями: коли держава за їх рахунок в короткостроковій перспективі може забезпечити менше 50% споживання, від 50% до 100%, 100% повністю. Інтенсивність використання газу в національній економіці (Gas intensity) використовується як показник стійкості економічної системи до газової кризи та визначається шляхом складання пропорції між визначеним обсягом споживання природного газу та одиницею ВВП.

Оцінювання індикаторів щодо нафтопродуктів має як свої спільні з наведеними вище індикаторами риси, так і певні відмінності. Наприклад, використовують 4 рівні оцінювання залежності від імпорту, а саме найнижчий (менше 5%), низький (5–25%), середній (25–45%), високий (більше 45%). Оскільки постачання нафти чи газу може здійснюватися з регіонів, де вони видобуваються, постачання нафтопродуктів може здійснюватися і з регіонів, де є нафтопереробна інфраструктура, що також надає свої особливості під час оцінювання рівня диверсифікації постачальників.

Вищезазначена категоризація дає змогу створити «енергетичну картину» держави, або її профіль (від англ. “profile”) стійкості до енергетичних криз, а також визначити основні зони ризику вразливості енергетичної безпеки. Залежно від отриманих результатів відбувається кластеризація держав за зонами від А (найменші ризики/найвища стійкість) до Е (найвищі ризики/найменша стійкість) [12].

Проте слід відзначити, що насиченість індикаторів та їх кількісна характеристика можуть привести до перевантаження та ускладнення розуміння причин виникнення кризи, а також неправильного розуміння шляхів виходу з неї. Тому основними елементами щодо роботи з індикаторами мають бути їх правильна інтерпретація та поєднання розуміння в логічну послідовність, що позначиться на реалізації політики забезпечення енергетичної безпеки. На думку автора, ключовим елементом у визначенні рівня стійкості є наявність нафтогазових стратегічних резервів, що присутні серед індикаторів енергетичної безпеки і які мають потенціал суттєво подовжити часовий проміжок стійкості національної економіки до кризи, що забезпечить сталість економічного розвитку, з урахуванням того, що вони можуть вважатися головним елементом подолання кризи, яка спровокована як зовнішніми, так і внутрішніми причинами, тобто мають універсальне застосування.

Слід підкреслити, що у забезпеченні системної здатності держави до захисту національних економічних інтересів покладено, зокрема, системний принцип економічної збалансованості. Поняття та принцип збалансованості є одними з наріжних концептів економіки [6]. Зазвичай під збалансованістю в економіці розуміють рівновагу, стан економічної системи, що характеризується урівноваженням двох чи більше різноспрямованих факторів та оцінюється відповідно до системи основних критеріальних показників (індикаторів) економічної безпеки, що поєднує зазначені вище підходи та включає, зокрема, індикатори енергетичної безпеки й стану стратегічного резерву енергоресурсів [6].

Зазначені міркування створюють достатні теоретико-методологічні передумови переходу від інтерпретації проблеми захисту вразливості економічної безпеки національної економіки ПВЕБ у кризових умовах до проблеми формування збалансованої структури й поведінки системи нафтогазових стратегічних резервів національної економіки (ПЗНГР) як домінуючого чинника систематизованого розв'язування зазначеної проблеми. Пріоритетним завданням є розроблення відповідного теоретико-методологічного механізму системного аналізування можливостей формування збалансованої структури й поведінки системи нафтогазових стратегічних резервів національної економіки.

Таким чином, результати виконаних досліджень дають змогу вдосконалити концепт-аналіз системи збалансованості нафтогазових стратегічних резервів

національної економіки як ефективного засобу зміцнення економічної безпеки. Такий підхід включає три взаємопов'язані напрями;

- створення наукового руслу системного концепт-аналізу (мейнстріму формування основної ідеї та задуму її здійснення) [10] ПЗНГР щодо захисту вразливості економічної безпеки національної економіки формуванням властивостей збалансованості єдиної системи нафтогазових стратегічних резервів національної економіки, розробка способу її вирішення засобами проблемно-орієнтованої системи знань;

- створення на засадах результатів системного концепт-аналізу парадигмального підходу до розроблення економічної моделі, науково-методологічних засобів та можливостей формування якісних характеристик збалансованості системи нафтогазових стратегічних резервів національної економіки як підсистеми національної економіки;

- формування системи методів, що відображають реалізацію теоретико-методологічного циклу розв'язування ПЗНГР.

Процес системного концепт-аналізу для пошуку способу вирішення ПЗНГР за допомогою засобів системи знань доцільно відобразити асимптотичною (допустимо наближеною) моделлю з постадійним контентом.

Стадія перша – мотивація дослідження, формулювання проблеми зменшення вразливості економічної безпеки національної економіки зміцненням енергетичної безпеки, системна інтерпретація теоретико-методологічних положень щодо ПЗНГР. Зміст ПЗНГР можна охарактеризувати через множину основних проблемних суперечностей. Їх вияв становить небезпечні загрози для економічної системи у вигляді домінування негативних і шкідливих властивостей, що можуть виключати її корисні властивості, зокрема ефективності, збалансованості, стійкості. Наслідком може бути криза, що спричинить її розпад або хаотичне ушкодження (наприклад, енергетична криза, зatoryжна економічна криза).

Стадія друга – ідентифікація проблеми збалансованості системи та розроблення системної концепції підходу до її розв'язання. Ініціалізація ідентифікації ПЗНГР зіштовхується з методологічною необхідністю подолання бар'єру системної невизначеності. Вище зазначалося, що наріжним концептом економіки є принцип збалансованості економічних систем. Цій умові повинні також відповідати принципові характеристики систем для зменшення їх вразливості від дії чинників різного походження. резервів, що забезпечують її стійке функціонування і розвиток.

Стадія третя – формування принципів системності (системології) цілісного відображення системи стратегічних нафтогазових резервів національної економіки та методів її пізнання. Науковий підхід спирається на концепцію структурного представлення економічної системи у вигляді сукупності взаємопов'язаних систем, а саме об'єктів, процесів, середовища і перспективної (проектної) орієнтації.

Стадія четверта – формалізація процесу системного дослідження проблеми формування збалансованості системи стратегічних нафтогазових резервів національної економіки. Система стратегічних нафтогазових резервів національної економіки містить у собі риси чотирьох типів, а саме об'єктного, процесного, проектного і середовища системи. Вияв цієї системної властивості можна назвати ефектом поліморфізму.

Стадія п'ята – формалізація постановки ключової проблеми щодо забезпечення системної збалансованості системи стратегічних нафтогазових резервів національної економіки та основної гіпотези її вирішення.

Висновки. Удосконалений концепт-аналіз системи збалансованості нафтогазових стратегічних резервів національної економіки вказує на необхідність переходу до розроблення системної економічної парадигми, методологічних засобів та можливостей формування характеристик цієї збалансованості як підсистеми національної економіки, стійкої до викликів та загроз енергетичній безпеці, що можуть бути темами подальших наукових досліджень.

Список літератури:

1. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, Енергоефективність, Конкурентоспроможність»: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2017 р. № 605-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/rada/show/605-2017-%D1%80>.
2. Енергетичні ресурси та потоки: монографія / за ред. А. Шидловського. Київ: Українські енциклопедичні знання, 2003. 472 с.
3. Коковський Л. Географічний вимір економічної безпеки України: автореф. дис. ... канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 «Економічна і соціальна географія». 2008. 18 с.
4. Корсунський С. Енергетична дипломатія: навч. посіб. Київ: Вища школа, 2008. 159 с.
5. Кузьменко В. Держава як інститут економічної безпеки. Наукові праці ДонНТУ. Економіка. 2004. № 69. С. 136–142.
6. Кузьмін О., Петрищин Н., Сиротинська Н. Нова парадигма побудови систем менеджменту. Демократичне врядування: наук. вісник Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. 2010. Вип. 6. URL: <http://lvivacademy.com/visnik6/index.html>.
7. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 р. № 1277. URL: <http://consultant.parus.ua/?doc=08U1H409F0>.

8. Про засади державної політики у сфері енергетичної безпеки України: Проект Закону від 13 липня 2018 р., реєстр № 8609. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?id=&pf3511=64445.
9. Резолюція про міжнародну економічну безпеку ООН. URL: <https://documents-ddsny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/478/80/IMG/NR047880.pdf?OpenElement>.
10. Тимошенко О. Регуляторні засади забезпечення економічної безпеки національної економіки: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством»; Нац. акад. управління. Київ, 2016. 40 с.
11. Country Risk Classifications of the Participants to the Arrangement on Officially Supported Export Credits, valid as 25 June 2018. URL: <http://www.oecd.org/trade/xcred/cre-crc-current-english.pdf>.
12. The IEA Model of short-term energy security (MOSES), IEA, Jessica Jewell, The Working Paper. URL: <https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/Moses.pdf>.
13. The Herfindahl-Hirschman Index. URL: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/fedred79&div=37&id=&page>.

КОНЦЕПТ-АНАЛИЗ СИСТЕМЫ НЕФТЕГАЗОВЫХ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕЗЕРВОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье усовершенствован концепт-анализ системы сбалансированности нефтегазовых стратегических резервов национальной экономики как эффективного средства укрепления экономической безопасности. Конкретные представления об основных составляющих экономической безопасности рассмотрены с позиции Методических рекомендаций по расчету уровня экономической безопасности Украины. Проанализированы подходы к трактовке понятия энергетической безопасности, предложено собственное определение. На примере международного опыта проанализированы методологические подходы к анализу уровня энергетической безопасности с учетом основных индикаторов по нефти, нефтепродуктам и природному газу. Охарактеризованы зависимости энергетической безопасности от экономической сбалансированности системы стратегического резерва нефти и газа.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, сбалансированность, концепт-анализ, национальная экономика, система нефтегазовых стратегических резервов.

CONCEPT-ANALYSIS OF THE SYSTEM OF OIL & GAS STRATEGIC STOCKPILES OF THE NATIONAL ECONOMY

The article provides an improvement to the concept of the balancing system of oil and gas strategic stockpiles (OGSS) of the national economy as an effective mean to strengthen economic security. The ideas about the main components of economic security considered from the point of view of the Methodological Recommendations on Calculation of the Level of Economic Security of Ukraine. The author analyses different approaches of definition and interpretation of energy security and proposes his own definition of energy security. International experience regarding methodological approaches to analyzing the level of energy security is described, taking into account the main indicators for oil, oil products and natural gas. Energy security dependencies' from economic balancing of the strategic oil and gas stockpiles system is characterized.

Key words: energy security, balancing, concept-analysis, national economy, system of oil and gas strategic stockpiles.

Калачевська Л.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції,
Сумський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ УКРАЇНСЬКИХ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ, ХАРАКТЕРИСТИКА СКЛАДОВИХ, КОМПАРАТИВНА ОЦІНКА

У статті наголошено на важливості управління інноваціями в межах розвитку сільських територій країни, визначено проблеми інноваційного розвитку таких територій в Україні. На базі наукових розробок вітчизняних та закордонних вчених надано авторське визначення термінів «інноваційний розвиток сільських територій» та «управління інноваційним розвитком сільських територій». Окремо визначено складові управління інноваційним розвитком національної сільської місцевості, надано їх характеристику. Також на основі проведення компаративного оцінювання управління інноваційним розвитком сільських територій у світі та в Україні визначено проблеми такого управління в країні. Додатково визначено складові впливу на управління інноваційним розвитком українських руральних територій, а на основі оцінки сили впливу таких складових наголошено на важливості акцентування уваги на оптимізації впливу конкурентного середовища на такий тип управління в Україні.

Ключові слова: інновації, компаративна оцінка, розвиток, сільські території, управління.

Вступ. Дослідження розвитку сільських територій в світі дало змогу виявити, з одного боку, ключове значення інновацій у розвитку цих територій, а особливо в економічно розвинутих країнах та країнах-переслідувачах (країнах, які за економічним розвитком є наближеними до провідних країн світу), а з іншого боку, значні проблеми з розробленням та впровадженням інновацій у контексті розвитку сільської місцевості в Україні, що пов'язане з критично неефективним управлінням цією складовою функціонування сільських територій у країні.

Аналіз останніх наукових досліджень. Виділяємо значну кількість наукових розробок щодо розкриття особливостей управління інноваціями у сільській місцевості країни як закордонних, так і вітчизняних вчених, до яких відносимо роботи П.Дж. Христини, Д. Хербеля, Є. Кроулі, Н.О. Хаддад, М. Лі, Р. Халед, В.В. Готри, М.І. Ігнатко, О.В. Яценко, Л.І. Крачка [1–6].

Відзначаючи суттєвий внесок науковців у дослідження управління інноваціями на руральних територіях, наголошуємо на необхідності продовження наукових розвідок щодо розкриття особливостей такого управління в Україні в контексті забезпечення ефективного розвитку сільської місцевості держави.

Мета статті полягає в розкритті особливостей управління інноваційним розвитком українських сільських територій на основі визначення його проблематики та характеристики складових, проведенні компаративної оцінки щодо такого управління в інших країнах світу.

Викладення основного матеріалу. Трансформація національної економіки України та посткризовий

її розвиток привели до підвищення ролі виробників сільськогосподарської продукції. Необхідно відзначити значний потенціал розвитку як агропромислового комплексу країни, так і українських сільських територій, реалізація якого стримується слабкою розробкою та впровадженням інновацій. Відзначаємо наявність таких проблем щодо інноваційного розвитку сільської місцевості в Україні.

1) Низька ефективність та недостатня кількість державних програм підтримки розробки та впровадження інновацій у сільській місцевості країни, що пов'язано із загальною неефективністю функціонування державного апарату управління в Україні; корупцією; слабкою увагою до інновацій та їх розробки, впровадження на сільських територіях в країні з боку владних державних інститутів.

2) Майже повна відсутність та також низька ефективність програм підтримки розроблення та впровадження інновацій на сільських територіях країни, які сформовані органами місцевого самоврядування. При цьому серед причин такої ситуації можна назвати наведені вище для органів державної влади, а також критичну пасивність у цьому питанні місцевих владних інститутів.

3) Недостатня інноваційна активність бізнес-одиниць, що здійснюють власну фінансово-господарську діяльність на сільських територіях країни, через дефіцит фінансових ресурсів; недостатнє розуміння важливості інновацій з точки зору підвищення власної конкурентоспроможності; відсутність бажання ризикувати; несприйняття власниками та топ-менеджерами інновацій; технічну та інтелектуальну неспроможність розробляти та впроваджувати інновації.

4) Незначний рівень підтримки інновацій домашніми господарствами, які функціонують у сільській місцевості країни, внаслідок низького рівня доходів; недостатнього рівня освіти та професійної підготовки значної кількості сільських мешканців; інертності у сприйнятті інновацій та новацій.

5) Критично низькі розміри підтримки розроблення та впровадження інновацій у сільській місцевості країни з боку іноземних інвесторів (міжнародні організації, іноземні держави, іноземні органи місцевої влади, приватний бізнес, домашні господарства), причинами чого є високі ризики інвестування в інноваційні проекти на сільських територіях України; низька інформаційна та консультативна підтримка розроблення та впровадження інновацій у сільській місцевості країни; недостатня кількість інноваційних проектів для розвитку вітчизняних руральних територій.

6) Дефіцит фінансування розроблення та впровадження інновацій у сільській місцевості України через дефіцит та неефективність фінансової підтримки інновацій на рівні держави; критично низькі фінансові можливості місцевих органів влади; недостатність фінансових ресурсів бізнес-одиниць та домашніх господарств; малі розміри іноземних інвестицій.

7) Дефіцит відповідних інститутів та підготовлених кадрів щодо розроблення та впровадження інновацій на українських руральних територіях внаслідок різкого скорочення таких інститутів та науковців у країні загалом та у її сільській місцевості зокрема; міграції та еміграції науковців і розробників інновацій із сільських територій держави; низького попиту інновацій у сільській місцевості, де більшість попиту приходиться на сільське господарство та великі агрохолдинги.

Вирішення наведених проблем є можливим лише в межах запровадження управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні, що вимагає теоретичного визначення термінів «інноваційний розвиток сільських територій» та «управління інноваційним розвитком сільських територій».

Доповнивши напрацювання В.Д. Залізко, В.І. Мартиненкова [7], Ф.А. Важинського [8], О.В. Штепи [9], можемо визначити інноваційний розвиток як процес реалізації інноваційних перетворень відповідної соціально-економічної системи, спрямований на забезпечення ефективності функціонування та підвищення конкурентоспроможності, що дає змогу максимально реалізувати потенціал відповідної системи.

Враховуючи наведене, можемо визначити інноваційний розвиток сільських територій, як процес реалізації інноваційних перетворень руральних територій країни, який спрямований на забезпечення ефективності їх функціонування та підвищення конкурентоспроможності в межах максимальної реалізації потенціалу цих територій. При цьому під забезпеченням ефективності функціонування будемо розуміти випереджаюче зростання доходів над витратами як самих територій, так і суб'єктів господарювання і домашніх господарств, які функціонують на цих територіях;

збільшення фінансових та інших можливостей для розвитку сільської місцевості загалом та бізнес-одиниць і домашніх господарств, які знаходяться у цій місцевості, зокрема. Щодо підвищення конкурентоспроможності в контексті сільської місцевості, то тут необхідно виділити зростання конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності, які розташовані та здійснюють власну фінансово-господарську діяльність у цій місцевості; підвищення конкурентоспроможності продукції, яка виготовлена на сільських територіях; виграш конкурентної боротьби такої місцевості за фінансові, трудові та інші види ресурсів, зокрема це стосується функціонування місцевих органів самоврядування.

Оскільки інноваційний розвиток сільських територій спрямований на забезпечення ефективності їх функціонування та підвищення конкурентоспроможності, необхідно здійснювати відповідні впливи на нього для реалізації заявленого, що не можна здійснити без впровадження управління цим процесом.

Враховуючи напрацювання Г.В. Атаманчука [10], Р. Дафта [11], П. Друкера [12], С.П. Роббінза, М. Коултера [13], В.М. Мороза [14], С.В. Приживари [15] щодо визначення сутності терміна «управління», а також авторське визначення терміна «інноваційний розвиток сільських територій», можемо надати таке визначення терміна «управління інноваційним розвитком сільських територій»: цілеспрямований вплив суб'єктів управління на об'єкти управління в межах процесу реалізації інноваційних перетворень руральних територій країни, який спрямований на забезпечення ефективності їх функціонування та підвищення конкурентоспроможності в контексті максимальної реалізації потенціалу цих територій.

Управління інноваційним розвитком сільських територій має базуватися на низці складових, які потребують визначення та характеристики (рис. 1).

Щодо мети управління інноваційним розвитком сільських територій, то вона була сформульована у визначенні терміна й полягає у забезпеченні ефективності функціонування цих територій країни та підвищенні їх конкурентоспроможності.

До завдань управління інноваційним розвитком сільських територій відносимо збільшення кількості розроблених інновацій у сільській місцевості; підвищення ефективності впровадження інновацій на руральних територіях; зростання обсягів фінансування розроблення та впровадження інновацій на цих територіях; підвищення інноваційної активності органів державної влади та місцевого самоврядування, бізнес-одиниць та домашніх господарств у межах відповідних сільських територій; збільшення кількості установ, організацій, суб'єктів господарювання, які займаються розробленням та впровадженням інновацій у сільській місцевості; зростання кількості розробників інновацій, а саме фізичних осіб на сільських територіях; підвищення захисту інтелектуальної власності на сільських територіях; інформаційна та консультативна підтримка

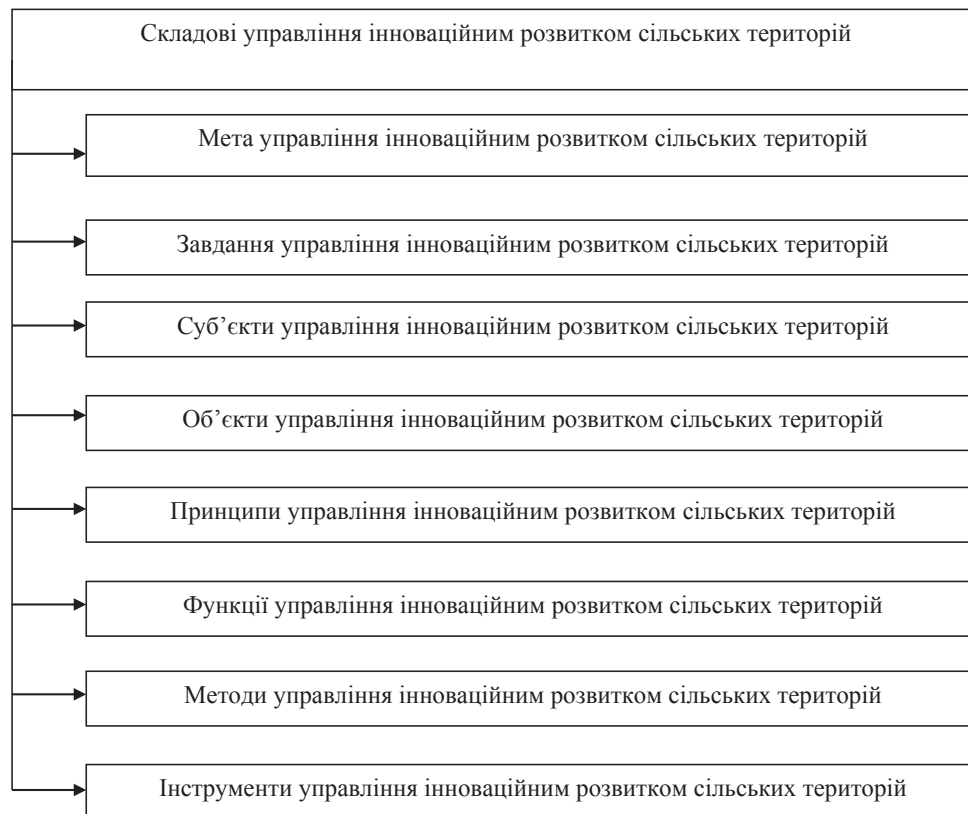


Рис. 1. Складові управління інноваційним розвитком сільських територій

Джерело: власні дослідження

розроблення та впровадження інновацій у сільській місцевості; активізація залучення іноземних партнерів до розроблення та впровадження інновацій на сільських територіях.

До суб'єктів управління інноваційним розвитком сільських територій відносимо державні владні інститути; місцеві органи самоврядування (регіональний, місцевий рівень); міжнародні організації; іноземних та національних інвесторів; суб'єктів підприємницької діяльності; домашні господарства; інших суб'єктів (ЗМІ, громадські організації, окремі активісти тощо). Об'єктами управління інноваційним розвитком сільських територій є система розробки та впровадження інновацій у сільській місцевості країни та її складові елементи (окремі організації-розробники інновацій, фізичні особи-розробники інновацій, науковці, вищі навчальні заклади тощо).

Принципами управління інноваційним розвитком сільських територій є ефективність, тобто максимально велике співвідношення між отриманими доходами та понесеними витратами в межах інноваційного розвитку руральних територій; економічність, тобто мінімально можливе витрачання ресурсів у межах інноваційного розвитку сільської місцевості країни; науковість, тобто побудова управління на наукових принципах та відповідних розробках; єдність дій, тобто діяльність суб'єктів управління та їх вплив на об'єкти управління повинні бути підпорядковані досягненню

єдиної мети (див. вище); ініціативність, тобто максимальне заохочення ініціативи в межах управління інноваційним розвитком сільських територій.

До функцій управління інноваційним розвитком сільських територій відносимо збереження єдності системи та ефективного розвитку її елементів; цілеспрямований вплив суб'єктів на об'єкти управління; аналіз управлінської діяльності; планування управління; організацію управління згідно з поставленою метою такої діяльності; мотивацію суб'єктів управління; контроль за управлінською діяльністю в контексті інноваційного розвитку руральних територій; забезпечення належного стану функціонування й розвитку системи.

До методів управління інноваційним розвитком сільських територій відносимо традиційні методи управління, такі як адміністративні, економічні, психологічні [16, с. 50]. При цьому відзначаємо поступовий відхід в управлінській діяльності від адміністративних методів до економічних та психологічних методів управління, зокрема в межах управління інноваційним розвитком сільських територій, а особливо щодо такого управління в економічно розвинутих країнах та країнах-переслідувачах.

Відзначаємо наявність значної кількості інструментів управління інноваційним розвитком сільських територій, які з урахуванням дослідження В.Ю. Самуляк [17] можна поєднати в певні групи.

1) За сутнісною характеристикою вони поділяються на розпорядчі (накази, положення, розпорядження тощо); фінансово-економічні (бюджетування, фінансові плани, бізнес-плани тощо); соціальні (плани соціального розвитку, обсяги та норми соціального захисту населення та працівників тощо); технологічні (фінансування розвитку технологій, доступ до сучасних технологій, наявність сучасних технологій тощо); психологічні (формування суспільної думки, встановлення норм поведінки та ідеалів розвитку, пропаганда тощо).

2) За вектором впливом вони поділяються на інструменти прямого впливу, тобто ті, що безпосередньо впливають на інноваційний розвиток руральних територій (накази, розпорядження, нормативні акти, бюджетування тощо); опосередкованого впливу, тобто ті, що впливають на розроблення та впровадження інновацій у сільській місцевості через відповідний ланцюжок управлінських впливів (освіта, формування норм поведінки, культурних традицій тощо).

3) За часом дії вони поділяються на стратегічні (до 10 років), тактичні (до 1 року), оперативні (до 1 місяця).

4) За обсягом впливу вони поділяються на макро- (мають вплив на значну кількість об'єктів управління та здійснюються великою кількістю суб'єктів управління); мезо- (стосуються середньої кількості об'єктів та суб'єктів управління); міні- (охоплюють незначну кількість об'єктів управління та здійснюються одним або декількома суб'єктами управління); мікроінструменти (стосуються одного об'єкта та суб'єкта управління).

5) За напрямом отримання результатів вони поділяються на матеріальні, що спрямовані на отримання прибутків, доходів, зменшення витрат; нематеріальні, які спрямовані на зменшення витрат часу, підвищення якості отримання інформації, зростання професійного рівня працівників підприємств, що функціонують на сільських територіях.

6) За видом отримання результатів вони поділяються на кількісні результати, що виражаються у зростанні будь-яких кількісних показників функціонування сільських територій, таких як доходи бюджету, число підприємств, працівників; якісні результати, що виражаються у зростанні будь-яких якісних показників функціонування сільських територій, до яких відносимо рівень задоволення умовами здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, які розташовані у сільській місцевості, рівень задоволення умовами життя сільських мешканців, лояльність бізнес-одиниць та домашніх господарств до загальнодержавних і регіональних (місцевих) владних інститутів тощо.

7) За новизною розроблення та використання вони поділяються на нові, що розроблені та використовуються вперше; новаційні, які використовуються вперше суб'єктами управління в певній сільській місцевості; адаптаційні, що адаптовані до специфіки здійснення управлінської діяльності у країні та її регіонах,

зокрема на сільських територіях; комплексні, які поєднують низку інших інструментів управління; стандартні, що є звичайними та використовуються впродовж певного періоду часу.

Враховуючи наведене, вважаємо доречним здійснити компаративне оцінювання управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні та інших державах світу, враховуючи поділ країн на країни-лідери (економічно розвинуті), країни-переслідувачі, країни, що розвивають власні економічні системи, країни-аутсайтери (табл. 1).

Враховуючи надане компаративне оцінювання, відзначаємо значні проблеми управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні, що потребує його вдосконалення. При цьому необхідно відзначити складові впливу, а також силу їх впливу на таке управління в Україні. Вважаємо доречним силу впливу відзначати в діапазоні від 10 (максимально позитивний вплив) до -10 (максимально негативний вплив).

Отже, можемо навести такі головні складові впливу на управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні.

1) Рівень та якість державного управління, які визначаються розвитком законодавчо-нормативної бази, взаємодією складових апарату державного управління, фіскальним та адміністративним тиском, корупцією, якістю підготовки державних службовців, використанням світового досвіду. З урахуванням наведеного та оцінки розвитку українських сільських територій вважаємо доречним присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні -5.

2) Рівень та якість регіонального (місцевого) управління, які мають ідентичні складові до державного управління. Спираючись на аналіз розвитку сільських територій в Україні, вважаємо доречним присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні -7.

3) Розвиток економіки, куди відносимо зростання прибутків та доходів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів підприємницької діяльності, домашніх господарств, а також розвиток ринків збуту продукції та зростання рівня конкуренції на них. Звідси випливає, що, використовуючи проведене оцінювання розвитку українських сільських територій, можемо присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні -4.

4) Розвиток інноваційної діяльності, де виділяємо динаміку розроблення та впровадження інновацій, а також інвестиції у їх розроблення та впровадження. Враховуючи значні проблеми з інноваційною діяльністю в Україні, вважаємо доречним присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні -6.

5) Інтеграція у світовий економічний простір, що знаходить відображення у доступі до світових і міжнародних ринків збуту продукції, інноваційних розробок, капіталів. Відзначаємо значне покращення ситуації в останні роки, що дає змогу присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні 2.

6) Конкурентне середовище, яке має визначальний вплив на управління інноваційним розвитком сіль-

Компаративна оцінка управління інноваційним розвитком сільських територій у світі та Україні

Складова управління	Країни-лідери	Країни-переслідувачі	Країни, що розвивають власні економічні системи	Країни-аутсайтери	Україна
Мета	Виконання	Намагання виконати	Часткове виконання за наявності значних проблем	Невиконання	Невиконання
Завдання	Виконання	Часткове виконання	Часткове виконання за наявності низки проблем	Часткове виконання за наявності значних проблем	Часткове виконання за наявності значних проблем
Суб'єкти	Всі групи з акцентом на органи місцевого самоврядування та бізнес-єдиниці із сільської місцевості	Всі групи з акцентом на державні владні інститути та органи місцевого самоврядування	Значна кількість груп з акцентом на державні владні інститути та іноземних інвесторів	Незначна кількість груп з акцентом на міжнародні організації та іноземних інвесторів	Значна кількість груп з акцентом на державні владні інститути та національних інвесторів
Об'єкти	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення	Акцент на вибраних групах об'єктів	Незначна кількість	Хаотично вибрані
Принципи	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення з акцентом на ефективність	Максимальне охоплення з акцентом на економічність	Значне охоплення з акцентом на економічність	Хаотичність у застосуванні
Функції	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення	Значне охоплення	Значне охоплення з проблемами у забезпеченні контролю
Методи	Максимальне охоплення з переважанням економічних та психологічних	Максимальне охоплення з переважанням економічних	Максимальне охоплення з переважанням економічних та адміністративних	Акцент на адміністративних	Акцент на адміністративних
Інструменти	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення	Максимальне охоплення	Значна кількість за низької ефективності використання	Значна кількість за низької ефективності використання

Джерело: власні дослідження

ських територій, оскільки спонукає розвиток та трансформацію такого виду управлінської діяльності. Вважаємо доречним присвоїти значення сили впливу цієї складової на рівні -8.

Таким чином, проведене дослідження вказує на важливість управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні, а компаративна оцінка – на значні проблеми такого управління. При цьому оцінка сили впливу відповідних складових на таке управління потребує приділення особливої уваги оцінюванню та оптимізації впливу на національні руральні території їх конкурентного середовища.

Висновки. В науковій роботі наголошено на важливості управління інноваціями в межах забезпечення ефективного розвитку національних сільських тери-

торій. При цьому надано авторське визначення термінів «інноваційний розвиток сільських територій» та «управління інноваційним розвитком сільських територій», а також розкрито й надано характеристику складовим такого управління.

Окремо, на основі проведення компаративного оцінювання управління інноваційним розвитком сільських територій у світі та Україні виявлено національні проблеми цього типу управління, а також визначено головні складові впливу та їх силу впливу на менеджмент інноваційного розвитку сільської місцевості в країні.

Подальші наукові розвідки слід спрямувати на визначення та оцінювання впливу конкурентного середовища на управління інноваційним розвитком сільських територій в Україні.

Список літератури:

1. Pencea Ch.G. Innovation, a new solution of rural areas. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2017. № 39. P. 215–225.
2. Herbel D. Crowley E., Haddad N.O., Lee M. Good practices in building innovative rural institutions to increase food security. URL: <http://www.fao.org/docrep/015/i2258e/i2258e00.pdf>.
3. Khaled R. The challenge of innovative method of culture more sustainable on the social aspect of rural areas: Empirical evidence from Mediterranean countries. Intellectual Economics. 2016. № 2. P. 133–144.

4. Готра В.В., Ігнатко М.І. Теоретичні основи управління інноваційним розвитком агропромислового виробництва України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2017. Т. 1. № 7. С. 16–21.
5. Яценко О.В. Формування інноваційного потенціалу прогнозування і моделювання конкурентоспроможного та сталого розвитку сільських регіонів. Черкаси: видавець Чабаненко Ю., 2014. 40 с.
6. Крачок Л.І. Новітні технології у сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження. Сталий розвиток економіки. 2013. № 3. С. 224–231.
7. Залізко В.Д., Мартиненков В.І. Сутність інноваційного розвитку економіки сільських територій. Економіка АПК. 2016. № 4. С. 66–74.
8. Важинський Ф.А. Розвиток сільських територій України на інноваційних засадах: аналітична записка. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/e20170201.pdf>.
9. Штепа О.В. Орієнтири інноваційного розвитку сільських територій України в умовах трансформації економіки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 15. С. 152–155.
10. Атамчук Г.В. Теория государственного управления: учебник. Москва: Омега-Л, 2010. 525 с.
11. Дафт Р. Менеджмент: учебник / пер. с англ.; под ред. С.К. Мордовина. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 864 с.
12. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / пер. с англ. Н.В. Макаровой. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
13. Роббинз С.П., Коултер М. Менеджмент / пер. с англ. О.В. Медведь. Москва: Вильямс, 2007. 1056 с.
14. Мороз В.М. Діалектика зв'язку змісту категорій «Управління» та «Менеджмент» у межах науки «Державне управління». Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2014. Вип. 1. С. 34–44.
15. Приживара С.В. Управління як специфічний вид діяльності. Державне будівництво. 2012. № 1. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2012-1/doc/1/07.pdf>.
16. Шоробура І.М. Менеджмент: навчальний посібник. Хмельницький: ХГПА, 2014. 458 с.
17. Самуляк В.Ю. Класифікація інструментів управління економічним розвитком промислових підприємств. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/16964/1/232-Samulyak-380-382.pdf>.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ УКРАИНСКИХ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ПРОБЛЕМЫ, ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТАВЛЯЮЩИХ, КОМПАРАТИВНАЯ ОЦЕНКА

В научной статье отмечена важность управления инновациями в рамках развития сельских территорий страны, определены проблемы инновационного развития таких территорий в Украине. На основе научных разработок отечественных и зарубежных ученых даны авторские определения терминов «инновационное развитие сельских территорий» и «управление инновационным развитием сельских территорий». Отдельно определены составляющие управления инновационным развитием национальной сельской местности, дана их характеристика. Также на основе проведения компаративного оценивания управления инновационным развитием сельских территорий в мире и в Украине определены проблемы такого управления в стране. Дополнительно определены составляющие влияния на управление инновационным развитием украинских руральных территорий, а на базе оценки силы влияния таких составляющих отмечена важность акцентирования внимания на оптимизации влияния конкурентной среды на такой тип управления в Украине.

Ключевые слова: инновации, компаративная оценка, развитие, сельские территории, управление.

INNOVATION DEVELOPMENT MANAGEMENT OF UKRAINIAN RURAL TERRITORIES: PROBLEMS, COMPONENTS CHARACTERISTICS, AND COMPARATIVE ESTIMATION

The article emphasizes on the importance of innovation management within the development of rural territories of the country. Based on the scientific developments of the foreign and local researchers, the author has provided the definition of such terms as “innovation development of rural territories” and “innovation development management of rural territories”. Separately, the research has identified components of innovation development management of the national rural area. Their characteristics have been also provided. Besides, based on the comparative estimation of innovation development management of rural territories in the world and in Ukraine, problems connected with such management in the country have been described. In addition, the research has identified influence components on innovation development management of Ukrainian rural territories. Based on the estimation of these components impact, the article has focused on the importance of emphasizing optimization of competitive area's influence on such a management type in Ukraine.

Key words: innovation, comparative estimation, development, rural territories, management.

Крилова І.І.

кандидат юридичних наук, докторант,
Національна академія державного управління
при Президентіві України

СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ В УКРАЇНІ: ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД

У статті проаналізовано принципи та засоби державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення. Здійснено періодизацію становлення державного регулювання сфери житлово-комунального господарства та сфери водопостачання і водовідведення в Україні за часів незалежності, яка включає 5 етапів. Наведено основні причини повільності реформи у сфері водопостачання та водовідведення. Визначено основні події сучасного етапу становлення державного регулювання сфери та їх недоліки.

Ключові слова: держава, державне регулювання, природні монополії, водопостачання, водовідведення, житлово-комунальна сфера.

Вступ. Сфера водопостачання та водовідведення в Україні як об'єкт державного регулювання належить до сфери послуг та природних монополій, на яку спрямовується вплив державної влади. Саме поняття «державне регулювання», попри його численні наукові дослідження, використання в економічній, політичній та юридичній літературі, нормативно-правових актах, є досить абстрактним. Його наповнення реальним змістом відбувається в конкретних історичних та економічних умовах, під впливом національних традицій, культури, політичних подій тощо. Тому дослідження історичного процесу становлення державного регулювання у досліджуваній сфері дасть змогу визначити етапи становлення та розвитку сфери водопостачання та водовідведення, проаналізувати їх спроможність в умовах часу та державного управління.

Становлення та розвиток сфери водопостачання та водовідведення України відбувались як невід'ємні складові сфери житлово-комунального господарства, і саме методи та принципи державного регулювання цієї сфери є основними критеріями, які вплинули на становлення та розвиток сфери житлово-комунального господарства. У статті пропонується розглянути історичне становлення етапів державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення за часів незалежності України.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідженнями у цій галузі займалися такі науковці, як, зокрема, П. Анпілогов, Є. Антонова, В. Венгер, А. Бабак, Н. Олійник, О. Білянський, Г. Семчук, Ю. Хіврич, О. Горбунова, О. Романюк, І. Запатріна, В. Тітяєв, В. Михайленко, О. Димченко, Н. Журба, Є. Кайлюк, О. Кучеренко, Н. Матвеев, В. Ніколаєв, Г. Оніщук, Л. Шаповал, Т. Юр'єв, Н. Гура, Т. Качал, Ю. Лега,

О. Тищенко, В. Полуянов, В. Торкатюк, Л. Шутенко, Т. Юр'єва, І. Осипенко, В. Дорофієнко, Г. Лубенець, М. Кондратьєва. Згадані науковці зробили значний внесок у вивчення сфери житлово-комунального господарства, однак деякі аспекти становлення державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення потребують подальшого наукового дослідження.

Мета статті полягає у з'ясуванні історичних аспектів становлення державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення в Україні.

Викладення основного матеріалу. Основними характерними рисами функціонування житлово-комунальної сфери на початку 1990-х р. були втрата суб'єкта управління; руйнування державної (безоплатної) системи розподілу житла; значне скорочення обсягів житлового будівництва та різке зростання вартості житла; неопрацьованість нових механізмів забезпечення доступності житла для різних груп населення; суттєве підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для підприємств, організацій та населення; приватизація житлового фонду й поява ринку житла; зміна організаційно-правових форм підприємств та організацій житлово-комунальної сфери [21]. Монополістичний характер радянської економіки був наділений унікальними рисами, які відрізняли його від класичного поняття монополії, такими як тотальне одержавлення економіки з адміністративно-командною системою управління, жорстка концентрація та централізація економічних процесів. Державний монополізм як управлінська та організаційна монополія, що не мала аналогів, був відмінною рисою вітчизняного монополізму [17]. Все це в сукупності формувало спотворену мотивацію суб'єктів господарювання в цій сфері, орієнтуючи її не на максимально ефективне використання

всіх видів ресурсів, а на зручність централізованого управління подібними системами. Таким чином, житлово-комунальне господарство було обтяжене тими ж проблемами, що й інші сфери народного господарства, а його реформування передбачало вирішення загалом того ж комплексу завдань, що й в будь-якому іншому секторі економіки. Проте підходи в цій сфері виявилися принципово іншими.

У 1990 р. на основі Декларації про державний суверенітет України прийнято Закон УРСР «Про економічну самостійність Української РСР», яким було визначено зміст, мету й основні принципи економічної самостійності України як суверенної держави, механізм господарювання, регулювання економіки та соціальної сфери, організації фінансово-бюджетної, кредитної та грошової систем Української РСР. Державне управління економікою республіки мало б забезпечити поступовий перехід до ринкової економіки; регулювання економіки шляхом податків, кредитів, квот, ліцензій, санкцій, дотацій на основі нормативних актів Української РСР без безпосереднього втручання в господарську діяльність підприємств та організацій; розробку, фінансування та реалізацію загальнонаціональних програм; раціональні пропорції використання національного доходу, що забезпечують ефективний соціальний та економічний розвиток республіки;

захист економічних інтересів Української РСР [15]. Особлива модель переходу України до регульованої ринкової економіки була визначена Концепцією переходу Української РСР до ринкової економіки [18].

Основні історичні етапи становлення державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення в Україні з 1990 р. можна відобразити за такою схемою (рис. 1).

I етап (1990–1999 рр.). Перехід до регульованої ринкової економіки, становлення державного регулювання ціноутворення, розмежування державного майна, становлення нової системи плати за житло та комунальні послуги.

3 грудня 1990 р. Законом УРСР «Про ціни і ціноутворення» розпочато процес формування державної системи регулювання цін і тарифів, зокрема в житлово-комунальному господарстві [1, с. 180]. Право встановлювати тарифи на комунально-побутові послуги, зокрема водопостачання, водовідведення та гарячого водопостачання, надано Раді Міністрів Республіки Крим, обласним, Київський і Севастопольській міським державним адміністраціям. Крім становлення системи державного регулювання ціноутворення, відбулося розмежування державного майна. Держава передала підприємства житлово-комунального господарства (зокрема, водопровідно-каналізаційного



Рис. 1. Основні історичні етапи становлення державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення в Україні

господарства) до комунальної власності місцевих територіальних органів [27]. Вертикальну систему було зруйновано, а створення місцевої системи водопостачання та водовідведення було віддано на розсуд органів місцевого самоврядування, які не були готові управляти системою. Така надмірна фрагментація адміністративно-територіальних одиниць привела до того, що органам місцевого самоврядування було вкрай складно забезпечувати стабільний економічний розвиток на територіях, що мали маленькі розміри або переважання в демографічній структурі частини населення непрацездатного віку [3]. Фактично органи місцевого самоврядування залишилися «один на один» з проблемами правового характеру без належної юридичної підтримки, необхідної для виконання функцій державного регулювання суб'єктів природних монополій; без належного технічного та кадрового забезпечення на рівні місцевих державних адміністрацій, які необхідні для здійснення координації дій у сфері водопостачання та водовідведення, планування державного фінансування капітальних інвестицій та забезпечення контролю якості питного водопостачання.

У 1992 р. Парламентом України прийнято рішення про встановлення заборони на приватизацію об'єктів інженерної інфраструктури та благоустрою міст, включаючи мережі, споруди, устаткування, які пов'язані з постачанням споживачам води, газу, тепла, а також водовідведення й очищення стічних вод [11]. Протягом 1993 р. Уряд встановлював граничні розміри цін і тарифів на товари народного споживання та послуги, що надаються населенню. У 1994 р. задекларовано поетапний перехід (до 1996 р.) на нову систему плати за користування житлом або його утримання, за послуги водо-, тепло-, газопостачання, водовідведення, яка передбачала наближення чинних цін і тарифів до рівня фактичних витрат, а також перехід до щомісячної субсидії окремим категоріям громадян на оплату житла та комунальних послуг. У 1995 р. Уряд схвалив Концепцію розвитку житлово-комунального господарства, яка була орієнтована на здійснення економічних, інституціональних та технічних перетворень у сфері житлово-комунального господарства [25]. Кінець 1996 р. визначився низкою важливих нормативно-правових актів, які вплинули на сучасний стан житлово-комунального господарства. По-перше, повноваження щодо встановлення тарифів на житлово-комунальні послуги передано органам місцевого самоврядування, що слугувало початком процесу децентралізації повноважень держави та посилення ролі місцевого самоврядування [1, с. 183]. По-друге, на законодавчому рівні введено мораторій на нарахування по розрахунках та стягування з громадян України пені за несвочасне внесення квартирної плати та за житлово-комунальні послуги до 2011 р. [14]. По третє, затверджено Державні санітарні правила і норми «Вода питна. Гігієнічні вимоги до якості води централізованого господарсько-питного водопостачання». У 1997 р. Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» повноваження

встановлювати тарифи на комунальні та інші послуги передано виконавчим органам місцевого самоврядування [9]. У цьому ж році Уряд затверджує Програму розвитку водопровідно-каналізаційного господарства, яка визначила першочергові заходи галузі до 2001 р., а також вперше робить спробу унормування регулювання відносин між споживачами та виконавцями у наданні послуг з централізованого холодного та гарячого водопостачання, теплопостачання (центральне опалення) та водовідведення, визначивши важливі для сфери поняття та запровадивши обов'язковість договірних відносин між виробниками та споживачами комунальних послуг [26]. 1998 р. відзначився прийняттям Закону України «Про тимчасову заборону підвищення цін і тарифів на житлово-комунальні послуги та послуги громадського транспорту, що надаються громадянам України», який діяв до 2 березня 1999 р. і був визнаний неконституційним.

II етап (1999–2001 рр.). Реформування житлово-комунального господарства, оздоровлення водопостачання України, початок антимонопольної політики, запровадження ліцензування.

Прийнята у січні 1999 р. Програма проведення житлово-комунальної реформи фактично передбачала демонополізацію житлово-комунального господарства, розвиток конкурентного середовища, ринку житлово-комунальних послуг; удосконалення системи фінансування житлово-комунального господарства, оплати житла і комунальних послуг та системи соціального захисту населення, здійснення ефективної тарифної політики; удосконалення системи управління в галузі житлово-комунального господарства, забезпечення державного регулювання й контролю в питаннях використання та утримання житлового фонду й об'єктів комунального призначення, запровадження договірних відносин між замовниками, виробниками, виконавцями та споживачами житлово-комунальних послуг до 2001 р. [24]. Однак впровадження ефективного механізму визначення економічно обґрунтованих тарифів на житлово-комунальні послуги зі скороченням витрат та витрат підприємств, що надають послуги, відклалось через значне падіння життєвого рівня населення, зростання заборгованості по заробітній платі і пенсіях, а в березні 1999 р. Парламентом встановлено плату за житло й комунальні послуги на рівні не більше 15% фактично отриманого сукупного доходу сім'ї. Крім того, у 1999 р. запроваджується концесія на об'єкти житлово-комунальної сфери [7].

2000 р. можна назвати важливим в державному регулюванні природних монополій, оскільки приймається низка серйозних законів. Зокрема, Законом України «Про природні монополії» розпочато антимонопольну політику в Україні та регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, зокрема у сфері централізованого водопостачання та водовідведення [12]. Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» запроваджено ліцензування певних видів господарської діяльності, до яких від-

несено централізоване водопостачання та водовідведення [8]. У тарифну політику у 2000–2001 рр. запроваджуються методики (правила, порядки) формування тарифів на послуги централізованого водопостачання та водовідведення, на послуги централізованого теплопостачання [1, с. 186]. Незважаючи на прийняті рішення щодо державного регулювання сфери житлово-комунального господарства, Програма проведення житлово-комунальної реформи не була реалізована до 2001 р., а діяльність Уряду з її виконання була визнана незадовільною [22].

III етап (2002–2009 рр.). Вжиття комплексних заходів з реформування житлово-комунальної сфери, зокрема сфери водопостачання та водовідведення.

У 2002 р. вперше на законодавчому рівні унормовано сферу питної води та питного водопостачання, прийнято Закон України «Про питну воду та питне водопостачання», яким визначено правові, економічні та організаційні засади функціонування системи питного водопостачання, зокрема принципи державної політики у цій сфері. У цьому ж році Уряд схвалив нову Програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2002–2005 рр. та на період до 2010 р. [28]. Фактично Програма підтвердила ті ж базові напрями та принципи реалізації, які були закладені в реформу житлово-комунального господарства 1999 р. Основна роль реалізації реформи покладалась на органи місцевого самоврядування, а тарифна політика та залежність реформи від місцевих бюджетів розглядались як певна мотивація для прискорення реалізації реформи сфери органами місцевого самоврядування. Але зазначені «стимули» на практиці не підштовхували місцеву владу до здійснення реформи. Таку ситуацію переважно пояснювали неспроможністю місцевого самоврядування виконувати функції державного регулювання цін та пов'язували з відсутністю чіткої взаємодії контролюючих органів між собою [1, с. 187]. У 2004 р. на державному рівні визнано недосконалість системи управління житлово-комунальним господарством України, неефективність заходів з реформування. Тому на законодавчому рівні затверджено Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004–2010 рр. У 2005 р. прийнято Загальнодержавну програму «Питна вода України» на 2006–2020 рр., метою якої, окрім іншого, було покращення забезпечення населення України питною водою нормативною якістю; реформування та розвиток водопровідно-каналізаційної мережі, підвищення ефективності та надійності її функціонування [5]. Таким чином, держава визнала сферу водопостачання однією з пріоритетних для реалізації державної політики та забезпечення концентрації фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів. У цьому ж році затверджено Методику визначення нормативів питного водопостачання населення. У 2007 р. Указом Президента України запроваджуються концепції вдосконалення державного регулювання природних монополій, основною ідеєю яких є

створення незалежних комісій з регулювання діяльності суб'єктів господарювання на ринках природних монополій та суміжних ринках, регулювання ціноутворення у сфері житлово-комунальних послуг [32; 33]. У 2008 р. Уряд схвалює Концепцію розвитку системи державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій на ринку комунальних послуг, метою якої є забезпечення впровадження прозорого та ефективного механізму регулювання діяльності суб'єктів природних монополій [31]. У цьому ж році відновлюється система державних субвенцій місцевим органам влади на погашення заборгованості з різниці в тарифах на теплову енергію, що виникла з 1 січня 2000 р. до 1 січня 2008 р. Таке рішення держави вкрай негативно сприйняли ті органи місцевого самоврядування, які протягом цих років намагалися вчасно переглядати тарифи та не накопичувати кредиторську заборгованість [1, с. 191]. У 2009 р. законодавчо врегульовуються питання особливостей застосування концесійних угод для об'єктів права державної чи комунальної власності, що використовуються для здійснення діяльності з централізованого водо-, теплопостачання та водовідведення. Крім того, на питання зниження якості питної води, нераціонального, виснажливого використання водних ресурсів, критичного стану основних виробничих фондів у системах водопостачання та водовідведення як на складову національної безпеки країни звертає увагу Рада національної безпеки і оборони України [30].

IV етап (2010–2014 рр.). Створення державного регулятора, перехід на стимулюючу модель тарифоутворення.

У 2010 р. відбувається новий етап у реформуванні економіки країни та реформуванні житлово-комунальної сфери, приймається низка важливих нормативно-правових актів. По-перше, Комітетом з економічних реформ при Президенті України приймається Програма економічних реформ на 2010–2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», яка передбачала реформування житлово-комунального господарства з метою підвищення якості житлово-комунальних послуг для всіх верств населення, а також забезпечення бездотаційності цього сектору [29]. По-друге, приймається Закон про Національну комісію регулювання ринку комунальних послуг України, що має здійснювати державне регулювання у сфері теплопостачання (крім діяльності суб'єктів господарювання, які здійснюють комбіноване виробництво теплової, електричної енергії та/або використовують нетрадиційні або поновлювані джерела енергії), централізованого водопостачання та водовідведення. Законом визначено засоби регуляторного впливу на діяльність суб'єктів природних монополій та суб'єктів господарювання на суміжних ринках, такі як ліцензування господарської діяльності та контроль за дотриманням ліцензійних умов; встановлення тарифів на комунальні послуги для суб'єктів природних монополій та суб'єктів господарювання на суміжних ринках;

встановлення для суб'єктів природних монополій, які провадять діяльність у сфері централізованого водопостачання та водовідведення, індивідуальних технологічних нормативів використання питної води [10]. По-третє, приймається окремий Закон про особливості передачі в оренду чи концесію об'єктів централізованого водо-, теплопостачання і водовідведення, що перебувають у комунальній власності. По-четверте, законодавець визначив припинення мораторію на нарахування громадянам пені за несвочасне внесення плати за житлово-комунальні послуги з 1 січня 2011 р.

Новий період реформ відзначав запровадження у 2011 р. розмежування в обліку та під час ціноутворення видів діяльності в межах вертикально інтегрованих монополій [1, с. 193]. У 2011 р. затверджується нова редакція Загальнодержавної програми «Питна вода України», якою передбачається її реалізація на 2011–2020 рр., яка фактично не відрізняється від попередньої редакції програми. Уряд запроваджує єдиний підхід до формування тарифів на житлово-комунальні послуги [23]. У 2012 р. увага приділяється регулюванню інвестиційної діяльності у сфері житлово-комунального господарства з метою створення дієвого механізму залучення коштів приватних інвесторів та «довгих» кредитів міжнародних фінансових установ, а в системі державного регулювання ціноутворення суб'єктів природних монополій запроваджуються принципи стимулюючого регулювання [12].

У етап (2015 – сьогодні). Реформування житлово-комунального господарства відповідно до європейських стандартів.

У 2015 р. Указом Президента України було схвалено Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя, зокрема в житлово-комунальному господарстві [34]. У 2017 р. на законодавчому рівні врегульовано питання комерційного обліку теплової енергії та водопостачання, що мало на меті забезпечення 100% обладнання будівель вузлами обліку теплової енергії, гарячої та холодної (питної) води, стимулювання споживачів до ощадливого використання цих ресурсів, а також удосконалено термінологію та назву Закону України «Про питну воду та питне водопостачання» [6]. Крім того, затверджено нову редакцію Закону України «Про житлово-комунальні послуги», метою якого є реформування відносин у сфері надання житлово-комунальних послуг, за яких споживачі повинні отримувати якісні послуги за справедливою ціною, а також мати стимули й можливості до енергозбереження та зменшення своїх витрат [4]. Автори Закону прогнозували з 10 липня 2018 р. перехід реформи житлово-комунального господарства на новий рівень, а експерти – новий колапс у житлово-комунальній сфері [19]. В результаті дію нового Закону щодо регулювання комунальних послуг відтермінували до 1 травня 2019 р. Таким чином, тільки практичний досвід покаже, як будуть реалізовуватися нововведення, розвиватися новий етап реформи житлово-комунального господарства.

Незважаючи на довгий та складний шлях становлення державного регулювання комунальної сфери, дослідники говорять про безліч невирішених проблем та недоліків у роботі сфери водопостачання та водовідведення, таких як вагомий консерватизм (основні принципи роботи водопровідно-каналізаційного господарства були закладені ще в радянський період, а з того часу мало змінилися; низька мобільність); слабка координація між суб'єктами комплексу (в масштабах країни структура комплексу досить громіздка, що призводить до послаблення можливостей реалізації управлінських функцій, нерациональності розподілу фінансових ресурсів); відсутність чіткого розподілу відповідальності на різних рівнях управління (в результаті цього багато завдань окремих структур дублюються та розминаються); відсутність внутрішнього стимулу до модернізації та трансформації; переважна орієнтація на внутрішній стандарт діяльності на протидію інноваційним рішенням із зовнішнього середовища; недостатнє фінансування басейнових управлінь водними ресурсами [16].

Висновки. Формування системи державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення (як і сфери житлово-комунального господарства) почалося в рамках реформування сфери з часів незалежності України в умовах переходу на ринкову економіку і триває досі. Порівняно з реформою сфери будівництва житла, яка відрізнялась досить динамічним розвитком і швидким темпом інституційних перетворень, реформа комунального блоку реалізовувалась поступово й повільно. Основними причинами повільності реформи можна назвати належність сфери до природних монополій, недосконалість нормативно-правових актів сфери, неузгодженість дій регуляторних органів, економічну кризу в країні, заполітизованість процесу регулювання тощо.

Нині державний вплив на діяльність суб'єктів природних монополій здійснюється через ліцензування господарської діяльності та контроль за дотриманням ліцензійних умов; встановлення тарифів на комунальні послуги для суб'єктів природних монополій та суб'єктів господарювання на суміжних ринках; встановлення для суб'єктів природних монополій, які провадять діяльність у сфері централізованого водопостачання та водовідведення, індивідуальних технологічних нормативів використання питної води.

Визначальними подіями сучасного етапу становлення державного регулювання сфери можна назвати утворення державного регулятора й перехід на стимулююче тарифоутворення. Така державна політика мала б сприяти створенню привабливого інвестиційного клімату з метою розвитку та модернізації суб'єктів природних монополій України, стимулювати суб'єктів природних монополій до скорочення витрат, аналогічних тим, що діють у конкурентному середовищі. Водночас тарифи, що застосовуються в Україні сьогодні, та недосконалість механізму їх регулювання призводять до того, що фізичні та юридичні суб'єкти господарю-

вання нерационально використовують наявні ресурси. З огляду на це особливості методології державного тарифного регулювання, які спостерігаються на сучасному етапі розвитку житлово-комунального господарства, не можуть забезпечити ефективний регулятивний вплив на функціонування суб'єктів українського ринку.

Сукупність наведених прогалин у механізмі державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення вимагає глибокого опрацювання та усунення, вивчення світового та вітчизняного досвіду, глибинного аналізу недоліків здійснених кроків у реформуванні комунальної сфери в минулому.

Список літератури:

1. Бабак А. Дослідження становлення і розвитку національної системи державного регулювання ціноутворення суб'єктів природних монополій та суміжних до них ринків інфраструктурних галузей житлово-комунальної сфери. Науково-технічний збірник. 2014. № 113. С. 174–208.
2. Галазюк Н., Іваночко С., Кіпершайн А. Проблеми розвитку житлово-комунального господарства України та основні напрямки їх усунення. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.6. С. 159.
3. Жуков Н., Швеє М. Акціонирование отрасли водоснабжения и водоотведения – путь выхода из кризиса. Информ.-аналіт. зб. Держжитлокомунгоспу України. 2003. № 2. С. 62–66.
4. Про житлово-комунальні послуги: Закон України від 9 листопада 2017 р. № 2189-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
5. Про Загальнодержавну програму «Питна вода України» на 2006–2020 роки: Закон України від 3 березня 2005 р. № 2455 (в першій редакції). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
6. Про комерційний облік теплової енергії та водопостачання: Закон України від 22 червня 2017 р. № 2119-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
7. Про концесії: Закон України від 16 липня 1999 р. № 997. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
8. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 1 червня 2000 р. № 1775. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
9. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
10. Про Національну комісію регулювання ринку комунальних послуг України: Закон України від 9 серпня 2010 р. № 2479-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
11. Про приватизацію державного майна: Закон України від 4 березня 1992 р. № 2163. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
12. Про природні монополії: Закон України від 20 квітня 2000 р. № 1682. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
13. Про питну воду та питне водопостачання: Закон України від 10 січня 2002 р. № 2918. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
14. Про тимчасову заборону стягнення з громадян України пені за несвочасне внесення плати за житлово-комунальні послуги: Закон України від 13 листопада 1996 р. № 486. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
15. Про економічну самостійність Української РСР: Закон УРСР від 3 серпня 1990 р. № 142. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
16. Зацерковний В., Плічко Л. Аналіз системи управління водогосподарським комплексом України та пошук шляхів щодо її вдосконалення. Наукоємні технології. 2017. Т. 36. № 4. С. 358–368.
17. Князева И. Историко-экономический экскурс: генезис монополизма и конкуренции в экономике России. Современная конкуренция. 2016. № 5 (59). Т. 10. С. 6–18.
18. Концепція переходу Української РСР до ринкової економіки, прийнята Верховною Радою України 1 листопада 1990 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
19. Кучеренко А. Семь кругов ада и новый закон о ЖКУ. URL: <http://kucherenko.info/sem-krugov-ada-y-novyyj-zakon-o-zhku>.
20. Меерович М. Социально-культурные основы осуществления государственной жилищной политики в РСФСР (1917–1941 гг.): дисс. ... докт. ист. наук. Иркутск, 2004. С. 489–490.
21. Олійник Н. Державне регулювання ринку житла в Україні: дис. ... докт. наук з держ. упр.; НАДУ. Київ, 2011. С. 46–47, 50–53.
22. Про інформацію Кабінету Міністрів України про стан і формування цін та тарифів у житлово-комунальній сфері: Постанова Верховної Ради України від 7 червня 2001 р. № 2456. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
23. Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово-комунальні послуги: Постанова Кабінету Міністрів України від 1 червня 2011 р. № 869. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
24. Про затвердження Програми проведення житлово-комунальної реформи на 1999–2001 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 січня 1999 р. № 113. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
25. Про Концепцію розвитку житлово-комунального господарства в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 27 лютого 1995 р. № 150. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
26. Про Програму розвитку водопровідно-каналізаційного господарства: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 листопада 1997 р. № 1269. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.
27. Про розмежування державного майна України між загальнодержавною (республіканською) власністю і власністю адміністративно-територіальних одиниць (комунальною власністю): Постанова Кабінету Міністрів України від 5 листопада 1991 р. № 311. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

28. Про схвалення Програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2002–2005 роки та на період до 2010 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 14 лютого 2002 р. № 139. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

29. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава»: Указ Президента України від 2 червня 2010 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

30. Про стан безпеки водних ресурсів держави та забезпечення населення якісною питною водою в населених пунктах України: Рішення РНБО від 27 лютого 2009 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

31. Про схвалення Концепції розвитку системи державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій на ринку комунальних послуг: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 9 липня 2008 р. № 932-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

32. Про Концепцію вдосконалення державного регулювання природних монополій: Указ Президента України від 27 вересня 2007 р. № 921/2007. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

33. Про Концепцію ціноутворення у сфері житлово-комунальних послуг: Указ Президента України від 28 грудня 2007 р. № 1324/2007. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

34. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main>.

СТАНОВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СФЕРЫ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ В УКРАИНЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР

В статье проанализированы принципы и методы государственного регулирования сферы водоснабжения и водоотведения. Осуществлена периодизация становления государственного регулирования сферы жилищно-коммунального хозяйства и сферы водоснабжения и водоотведения в Украине за время независимости, которая включает 5 этапов. Приведены основные причины медлительности реформы в сфере водоснабжения и водоотведения. Определены основные события современного этапа становления государственного регулирования сферы и их недостатки.

Ключевые слова: государство, государственное регулирование, естественные монополии, водоснабжение, водоотведение, жилищно-коммунальная сфера.

DEVELOPMENT OF STATE REGULATION OF WATER SUPPLY AND WATER DISPOSAL SCOPE IN UKRAINE: HISTORICAL REVIEW

The article analyzes the principles and means of state regulation of the water supply and wastewater sector. The periodization of the state regulation of the housing and communal services sector and the water supply and sewage sector in Ukraine during the independence period, which includes 5 stages, has been made. The main reasons for the slowdown in water and wastewater reform are presented. The main events of the modern stage of state regulation of the sphere and their disadvantages are determined.

Key words: state, state regulation, natural monopolies, water supply, drainage, housing and communal sphere.

Мардус Н.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАНУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ

У статті розроблено інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів на основі узагальнюючих коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку функціонального, структурного та факторно-обумовлюючого характеру. В результаті дослідження отримано модель залежності зміни узагальнюючих індикаторів стану внутрішнього ринку від узагальнюючих коефіцієнтів розвитку.

Ключові слова: ринок, товар, коефіцієнт, динаміка, модель, прогноз.

Вступ. Дослідження питання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів здійснюються постійно у працях багатьох економістів-науковців, що свідчить про достатність і глибину сучасної наукової думки про забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Тому питання розвитку вітчизняного внутрішнього ринку та його забезпечення є актуальними й потребують всебічного дослідження.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питання аналітичного дослідження процесів, що виникають на внутрішньому ринку товарів, розглядали такі вчені, як, зокрема, В. Апопій, І. Бланк, В. Бодров, А. Герасименко, О. Міняйло, В. Точилін, Т. Осташко, О. Пустовойт [1], А. Кредисов, І. Сіваченко, Ю. Пахомов, О. Паценко, В. Чередниченко, О. Шнипко, Ю. Уманців, М. Катран [2], В. Лагутін [3]. Проте потребує глибокого та всебічного дослідження під час оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку питання впровадження узагальнюючого коефіцієнта (інтегральний коефіцієнт), який би виражав характер розвитку внутрішнього ринку товарів. Крім того, необхідна побудова на основі цього коефіцієнта моделі прогнозування зміни стану внутрішнього ринку залежно від значень узагальнюючих коефіцієнтів розвитку функціонального, структурного та факторно-обумовлюючого характеру. Тому з метою визначення стану й розвитку внутрішнього ринку товарів пропонується побудова моделі для прогнозування зміни стану внутрішнього ринку залежно від значень вищезазначених узагальнюючих коефіцієнтів розвитку.

Мета статті полягає в побудові моделі для прогнозування зміни стану внутрішнього ринку залежно від значень узагальнюючих коефіцієнтів розвитку функціонального, структурного та факторно-обумовлюючого характеру.

Викладення основного матеріалу. У попередніх роботах вже визначено методичний підхід до оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів, обґрунтовано розподіл коефіцієнтів зміни окремих

показників внутрішнього ринку товарів з урахуванням їхньої інформаційної різноманітності, а також визначено інтегральні показники. З метою визначення стану внутрішнього ринку товарів, в якому він перебував на певний момент внутрішній ринок товарів (в ретроспективі або на момент оцінювання) встановлено, що розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з використанням методу систематизації відбувається за блоками, де показники систематизуються залежно від:

- оцінки функціонального характеру (обсяг оптового товарообігу, обігу роздрібною торгівлі, роздрібною товарообігу та обсягу внутрішнього ринку з інфляційним корегуванням) залежності від оцінки рівномірності розподілу товарообігу (коефіцієнти варіації оптового товарообігу, обігу роздрібною торгівлі та роздрібною товарообігу за регіонами);

- оцінки структурного характеру (показники оцінки структури за товарними групами, питома вага в оптовому та роздрібному товарообігу непродовольчих товарів; показники оцінки структури за суб'єктами, питома вага в оптовому та роздрібному товарообігу товарів вітчизняного виробництва, питома вага в обсязі внутрішнього ринку інвестиційних товарів);

- оцінки факторно-обумовлюючого характеру (показники оцінки розвиненості основної інфраструктури, показники оцінки розвиненості обслуговуючої інфраструктури, показники оцінки конкурентних умов, показники оцінки регулятивного впливу держави тощо).

За методичного підходу на основі систематизованих показників (функціонального характеру, структурного характеру та факторно-обумовлюючого характеру) проведено оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, розраховано інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів. Інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів представлено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, розвиток внутрішнього ринку був прогресивним у 2008 році, впродовж 2010–2013 років.

Незважаючи на те, що дегресивні зміни 2014–2015 років вдалося подолати у 2016 році, 2017 рік знову характеризувався негативними змінами за показниками, що описують внутрішній ринок товарів.

В табл. 1 наведено співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів функціонального характеру.

Як видно з даних табл. 1, 2008 рік характеризувався прогресивним розвитком та перехідним станом внутрішнього ринку товарів функціонального характеру. Дегресивний розвиток у 2009 році призвів до погіршення стану внутрішнього ринку до незадовільного. У 2010–2013 роках розвиток внутрішнього ринку був прогресивним, що привело до відновлення перехідного стану внутрішнього ринку товарів функціонального характеру та його поступового зміцнення. У 2014 році знову мали місце дегресивні зміни, внаслідок чого узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку хоча й залишився в інтервалі перехідних значень, проте суттєво знизився. Збереження дегресивного розвитку у 2015 році призвело до переміщення узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку функціональ-

ного характеру до інтервалу незадовільних значень. Внаслідок дегресивних змін 2016–2017 років цю проблему не лише не було вирішено, але й поглиблено.

В табл. 2 наведено співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів структурного характеру.

Як видно з даних табл. 2, незважаючи на те, що узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів структурного характеру впродовж досліджуваного періоду перебував в інтервалі значень, що відповідають досконалому стану, коливання значень цього індикатора тісно пов'язане зі зміною коефіцієнта розвитку. Так, у 2010 та 2017 роках, коли розвиток внутрішнього ринку структурного характеру був прогресивним, узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів структурного характеру збільшувався, і навпаки.

В табл. 3 наведено співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру.

Як видно з даних табл. 3, незважаючи на те, що узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку

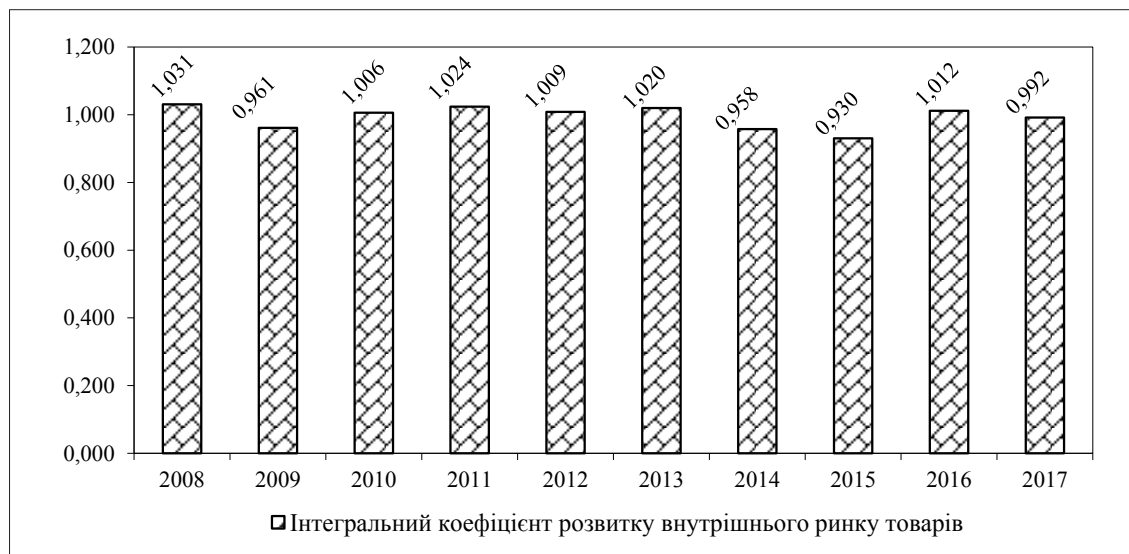


Рис. 1. Інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів

Джерело: побудовано автором на основі джерел [4–10]

Таблиця 1

Співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів функціонального характеру

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Узагальнюючий коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів функціонального характеру	1,087	0,917	1,061	1,051	1,048	1,019	0,906	0,853	1,046	0,980
	прогресивний	дегресивний	прогресивний	прогресивний	прогресивний	прогресивний	дегресивний	дегресивний	прогресивний	дегресивний
Узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів функціонального характеру	0,443	0,392	0,435	0,483	0,529	0,548	0,444	0,326	0,442	0,294
	перехідний	незадовільний	перехідний	перехідний	перехідний	перехідний	перехідний	незадовільний	перехідний	незадовільний

Джерело: побудовано автором

товарів факторно-обумовлюючого характеру впродовж досліджуваного періоду перебував в інтервалі значень, що відповідають досконалому стану, коливання значень цього індикатора тісно пов'язане зі зміною коефіцієнта розвитку. Так, у роках, коли розвиток внутрішнього ринку був прогресивним, узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру збільшувався, і навпаки. В табл. 4 наведено співвідношення інтегрального індикатора стану та інтегрального коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів.

Як видно з даних табл. 4, незважаючи на те, що інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів впродовж досліджуваного періоду перебував в інтервалі значень, що відповідають прийнятному стану, коливання значень цього індикатора тісно пов'язане зі зміною коефіцієнта розвитку. Так, у роках, коли розвиток внутрішнього ринку був прогресивним (2008 рік, 2010–2013 роки, 2016 рік), інтегральний

індикатор стану внутрішнього ринку товарів збільшувався, і навпаки.

Наступним етапом дослідження є встановлення взаємозв'язку між зміною стану та коефіцієнтом розвитку. Для цього досліджено взаємозв'язок абсолютної величини зміни узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку товарів функціонального характеру та відповідного узагальнюючого коефіцієнта розвитку. Графічне представлення виявленого взаємозв'язку та формула побудованої моделі залежності наведені на рис. 2, з якого спостерігаємо, що між узагальнюючим коефіцієнтом розвитку функціонального характеру та зміною узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку існує пряма залежність. Коефіцієнт кореляції за побудованою моделлю залежності становить 0,965, що свідчить про надзвичайно тісний зв'язок між факторним та результативним показниками. Коефіцієнт детермінації становить 0,931, тобто зміна результативного показника на 93,1% залежить від факторного показника.

Таблиця 2

Співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів структурного характеру

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Узагальнюючий коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів структурного характеру	0,992	0,978	1,000	0,995	0,967	0,983	0,971	0,995	1,010	0,992
	дегресивний	дегресивний	прогресивний	дегресивний	дегресивний	дегресивний	дегресивний	дегресивний	прогресивний	дегресивний
Узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів структурного характеру	0,975	0,953	0,954	0,949	0,918	0,902	0,879	0,875	0,888	0,881
	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий

Джерело: побудовано автором

Таблиця 3

Співвідношення узагальнюючого індикатора стану та узагальнюючого коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Узагальнюючий коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру	1,017	0,991	0,959	1,027	1,013	1,060	0,999	0,949	0,980	1,004
	прогресивний	дегресивний	дегресивний	прогресивний	прогресивний	прогресивний	дегресивний	дегресивний	дегресивний	прогресивний
Узагальнюючий індикатор стану внутрішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру	0,864	0,854	0,836	0,859	0,844	0,873	0,864	0,830	0,815	0,818
	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий	досконалий

Джерело: побудовано автором

Таблиця 4

Співвідношення інтегрального індикатора стану та інтегрального коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів	1,031	0,961	1,006	1,024	1,009	1,020	0,958	0,930	1,012	0,992
	прогресивний	дегресивний	прогресивний	прогресивний	прогресивний	прогресивний	дегресивний	дегресивний	прогресивний	дегресивний
Інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів	0,761	0,733	0,742	0,764	0,764	0,774	0,729	0,677	0,682	0,665
	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний	прийнятний

Джерело: побудовано автором

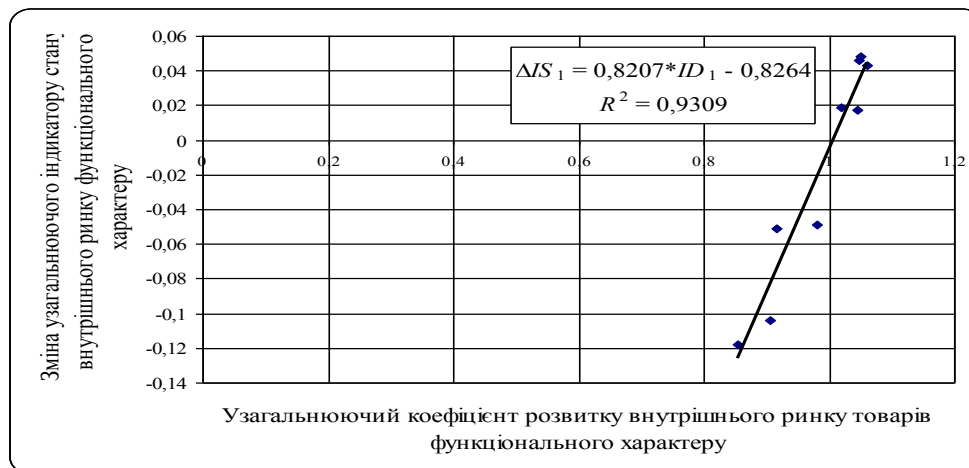


Рис. 2. Взаємозв'язок зміни стану та коефіцієнта розвитку функціонального характеру

Джерело: побудовано автором

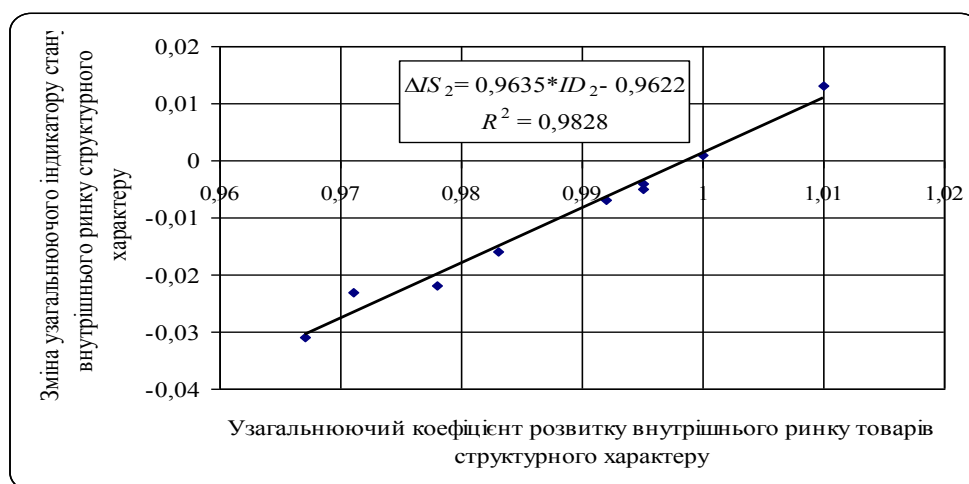


Рис. 3. Взаємозв'язок зміни стану внутрішнього ринку товарів та коефіцієнта розвитку структурного характеру

Джерело: побудовано автором

Також досліджено взаємозв'язок абсолютної величини зміни узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку товарів структурного характеру та відповідного узагальнюючого коефіцієнта розвитку. Графічне представлення виявленого взаємозв'язку та формула побудованої моделі залежності наведені на рис. 3.

Як видно з рис. 3, між узагальнюючим коефіцієнтом розвитку структурного характеру та зміною узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку існує пряма залежність. Коефіцієнт кореляції за побудованою моделлю залежності становить 0,991, що свідчить про надзвичайно тісний зв'язок між факторним та результативним показниками. Коефіцієнт детермінації становить 0,983, тобто зміна результативного показника на 98,3% залежить від факторного показника.

Наостанок досліджено взаємозв'язок абсолютної величини зміни узагальнюючого індикатора стану ву-

трішнього ринку товарів факторно-обумовлюючого характеру та відповідного узагальнюючого коефіцієнта розвитку.

Графічне представлення виявленого взаємозв'язку та формула побудованої моделі залежності наведені на рис. 4.

Як видно з рис. 4, між узагальнюючим коефіцієнтом розвитку факторно-обумовлюючого характеру та зміною узагальнюючого індикатора стану внутрішнього ринку існує пряма залежність. Коефіцієнт кореляції за побудованою моделлю залежності становить 0,904, що свідчить про надзвичайно тісний зв'язок між факторним та результативним показниками. Коефіцієнт детермінації становить 0,817, тобто зміна результативного показника на 81,7% залежить від факторного показника.

Всі моделі перевірено за допомогою критерія Стюдента, а також встановлено, що його розрахункові зна-

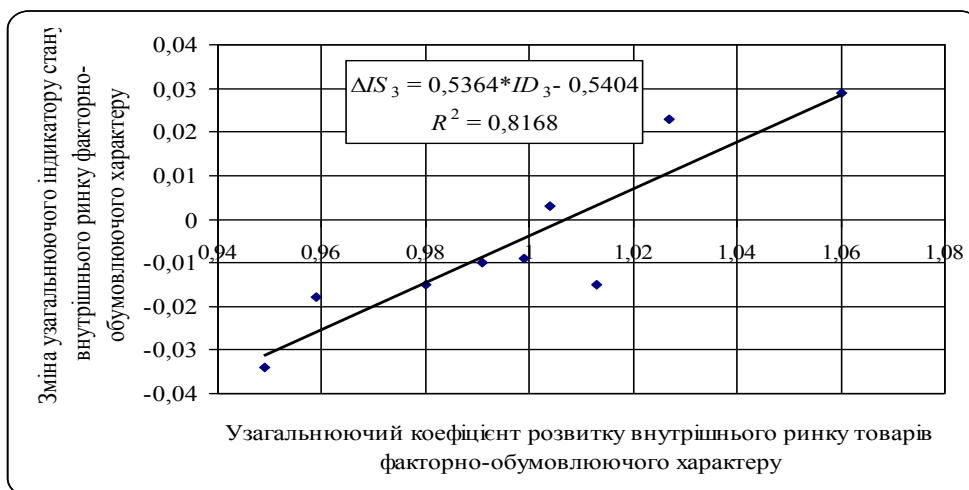


Рис. 4. Взаємозв'язок зміни стану внутрішнього ринку товарів та коефіцієнта розвитку факторно-обумовлюючого характеру

Джерело: побудовано автором

чення більші за табличне значення, яке за числа ступенів свободи 7 складає 2,3646. Перевірка моделей за допомогою критерія Фішера також показала, що їх розрахункові значення більші за табличне, яке за числах ступенів свободи 7 та 1 дорівнює 5,59. Це свідчить про достовірність побудованих моделей та їх адекватність.

Підставивши формули залежності зміни узагальнюючих індикаторів стану внутрішнього ринку від узагальнюючих коефіцієнтів розвитку, виявимо формулу залежності зміни інтегрального індикатора стану внутрішнього ринку товарів від узагальнюючих коефіцієнтів розвитку:

$$\Delta IS = \frac{0,8207 \cdot ID_1 - 0,8264 + 0,9635 \cdot ID_2 - 0,9622 + 0,5364 \cdot ID_3 - 0,5404}{3}$$

$$\Delta IS = 0,2736 \cdot ID_1 + 0,3212 \cdot ID_2 + 0,1788 \cdot ID_3 - 0,7763$$

Висновки. В результаті дослідження на основі зміни узагальнюючих індикаторів стану внутрішнього ринку від узагальнюючих коефіцієнтів розвитку побудовано модель залежності зміни інтегрального індикатора стану внутрішнього ринку товарів, яку можна використовувати для прогнозування зміни стану внутрішнього ринку залежно від значень узагальнюючих коефіцієнтів розвитку функціонального, структурного та факторно-обумовлюючого характеру.

Список літератури:

1. Точилін В., Осташко Т., Пустовойт О. та ін. Ринки реального сектора економіки України: структурно інституціональний аналіз / за ред. В. Точиліна. Київ: Ін-т екон. та прогноз. НАН України, 2009. 640 с.
2. Уманців Ю., Катран М. Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів в Україні. Бізнес Інформ. 2017. № 8. С. 271–275.
3. Лагутін В., Уманців Ю., Герасименко А. та ін. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: монографія / за ред. В. Лагутіна. Київ: КНТЕУ, 2015. 432 с.
4. Звіт Антимонопольного комітету за 2013 рік: затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14 березня 2014 року № 131-р. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=103172&schema=main>.
5. Звіт Антимонопольного комітету за 2015 рік: затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14 березня 2016 року № 3-рп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547>.
6. Звіт Антимонопольного комітету за 2016 рік: затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14 березня 2017 року № 2-рп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712&schema=main>.
7. Звіт Антимонопольного комітету за 2017 рік: затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 28 лютого 2018 № 5-рп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=140483&schema=main>.
8. Doing Business оцінка бізнес регулювання. Наборы ретроспективных данных и данные о трендах. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query>.
9. Внутрішня торгівля // Публікації Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm.
10. Економічна статистика / Економічна діяльність / Внутрішня торгівля. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm.

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТОВАРОВ

В статье разработан интегральный коэффициент развития внутреннего рынка товаров на основе обобщающих коэффициентов развития внутреннего рынка функционального, структурного и факторно-обуславливающего характера. В результате исследования получена модель зависимости изменения обобщающих индикаторов состояния внутреннего рынка от обобщающих коэффициентов развития.

Ключевые слова: рынок, товар, коэффициент, динамика, модель, прогноз.

FORMATTING A MODEL FOR PREVENTION OF THE STATE OF THE INTERNAL MARKET OF GOODS

In the article the integral coefficient of development of the internal market of goods is offered on the basis of generalizing coefficients of development of the internal market of functional, structural and factor-determining character. As a result of the study the model of the dependence of the generalized indicators of the state of the domestic market on generalizing development factors was obtained.

Key words: market, commodity, coefficient, dynamics, model, forecast.

УДК 336.14.027:655.41 (477)

Мельников О.В.

кандидат технічних наук, докторант,
Науково-дослідний фінансовий інститут
Державної навчально-наукової установи
«Академія фінансового управління»

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАСАД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ «УКРАЇНСЬКА КНИГА»

Діяльність суб'єктів інформаційної сфери національної економіки, зокрема видавничої справи, вимагає продуманої організаційної та фінансової підтримки з боку держави в контексті більш ефективного використання обмежених фінансових ресурсів. Результати аудиторських перевірок неодноразово засвідчували недостатню ефективність використання коштів державного бюджету, зокрема внаслідок недосконалості критеріїв відбору видань. Розроблено методичні та практичні засади, спрямовані на вдосконалення процесу реалізації програми «Українська книга». Обґрунтовано перелік критеріїв відбору видань для програми «Українська книга». Запропоновано шкалу оцінювання та додаткові характеристики, що уточнюють застосування запропонованих критеріїв.

Ключові слова: критерій відбору, видання, експерт, експертна оцінка, «Українська книга».

Вступ. Досвід розвинутих країн свідчить про те, що швидкий технічний прогрес, розвиток сучасних інформаційних технологій не приводять до зменшення інтересу людей до книги. Попит на видавничу продукцію залишається стабільним, а в умовах динамічного розвитку цифрової економіки та пріоритетності інформації як ресурсу сталого розвитку навіть зростає [1, с. 112; 5, с. 56–59; 11, с. 48].

Законом «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2005 рік» та інших законодавчих актів України» від 25 березня

2005 року № 2505-IV затверджено нову програму «Українська книга» [8], яка визначає розмір фінансування з огляду на наявні можливості державного бюджету.

Мета державної підтримки видавничої справи в Україні має дві складові:

1) розвиток національної культури (сприяння національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загального обсягу видавничої продукції та розширення тематичного спрямування українського книговидання), забезпечення доступу

українського суспільства до здобутків національної та світової літератури, знань тощо;

2) підвищення економічної ефективності галузі, подолання кризових явищ та підтримка інвестицій у модернізацію обладнання, запровадження інноваційних технологій і зниження вартості виробництва видавничої продукції, підтримка поширення літературних творів національною мовою та мовами національних меншин, вжиття спеціалізованих заходів з розвитку бібліотечної справи в рамках загальнонаціональних, регіональних і місцевих програм соціально-економічного розвитку.

У 2005–2016 роках головним розпорядником бюджетних коштів і відповідальним виконавцем бюджетної програми «Українська книга» був Держкомтелерадіо, а з 2017 року ним став Український інститут книги, що належить до сфери управління Міністерства культури України (Мінкультури).

Останній аудит Рахунковою палатою України ефективності використання коштів державного бюджету, виділених Держкомтелерадіо на випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга», показав, що «спрямування коштів з державного бюджету на випуск книжкової продукції та їх використання у 2014–2015 роках у загальній сумі 67 236,5 тис. грн. так само, як і в попередні роки, здійснювалося без належних розрахунків та обґрунтувань потреби, нормативного визначення відповідних критеріїв, часто суб'єктивно <...>, більшість пропозицій і рекомендацій Рахункової палати за результатами попереднього контрольного заходу Держкомтелерадіо не врахована. Більшість виявлених у ході попереднього аудиту порушень і недоліків не усунена та не виправлена. Як результат, вони набули системного характеру, що не сприяє розвитку книговидавництва в Україні» [10]. Отже, проблема вдосконалення процесу реалізації програми «Українська книга» є актуальною.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питаннями державної підтримки видавничої справи займалися О. Афонін [1], М. Сенченко, Г. Глотова, Ю. Барнич, А. Івашина, К. Індутна, А. Мураховський. Віддаючи належне доробку цих науковців, наголошуємо на тому, що аналізу доцільності та пропорційності державної підтримки видавничої справи приділялося недостатньо уваги, а особливо з урахуванням Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, Глобальних цілей сталого розвитку згідно з Порядком денним на період до 2030 року.

Мета статті полягає у формуванні методичних та практичних основ реалізації програми «Українська книга» щодо визначення критеріїв вибору видань.

Викладення основного матеріалу. Однією з основних претензій, які до реалізації бюджетної програми «Українська книга» Держкомтелерадіо, висували Рахункова палата [10] та Державна аудиторська служба України [4] за результатами перевірок ефективності використання коштів державного бюджету, була потреба вдосконалення критеріїв відбору видань, що включаються до програми «Українська книга» та

фінансуються за рахунок бюджетних коштів. Тому для проведення подальшого аналізу та отримання можливості внесення пропозицій з удосконалення порядку раціонального використання бюджетних коштів необхідно визначитися, що є критеріями відбору в нашому випадку. Критерій відбору видань – певна властивість або характеристика книжкового видання, встановлена для того, щоб оцінювати загальну відповідність видання програмі «Українська книга».

Оскільки оцінювання та відбір видань, згідно з Порядком формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її поширення [9], здійснює Експертна рада, слід більш детально розглянути вимоги до таких критеріїв. Вид цих критеріїв залежить від класу оцінюваних систем. Якщо спробувати узагальнити вимоги, які висуваються до системи критеріїв експертних оцінок, то набір критеріїв має бути повним, охоплювати всі основні аспекти, завдання, а додавання нових критеріїв не має впливати на результати вибору варіантів. Окрім того, сенс кожного критерія має бути зрозумілим та однозначним для особи, яка приймає рішення, та експерта, що оцінює варіанти; система критеріїв повинна бути незалежною, тобто оцінка, присвоєна кожному варіанту за цим критерієм, залишатися незмінною під час оцінювання цього варіанту за іншим критерієм; критерії повинні бути критичними до параметрів, за порівняно невеликих змін параметра критерій, що відображає його, має помітно змінюватися; критерії повинні мати фізичний сенс і визначатися кількісною мірою, всі розмірні критерії слід привести до безрозмірних показників.

Відповідно до зазначеного нами сформовано такий перелік критеріїв (табл. 1).

Наступним кроком стало визначення шкали оцінювання видань. У нашому випадку експерт – це особа, включена до експертної ради з формування проекту Переліку видань, яка завдяки своїм знанням і досвіду є досить компетентною, що дає їй змогу оцінювати та відбирати книжкові видання для включення до проекту Переліку видань відповідно до встановлених критеріїв відбору. Відповідно, експертна оцінка – це метод оцінювання експертами заявлених суб'єктом видавничої справи книжкових видань згідно зі встановленими критеріями відбору книжкової продукції за допомогою балів.

Процес експертного оцінювання дає змогу кількісно порівняти заявлені видання, підвищити ефективність ухвалення рішення й зменшити ступінь ризику цього процесу. Раціональне використання інформації, отриманої від експертів, є можливим за умови перетворення її на форму, зручну для подальшого аналізу, спрямованого на підготовку й прийняття рішень.

Залежно від специфіки експертного опитування, об'єкта дослідження та використовуваної методики оброблення експертних даних оцінки експертів можуть мати різну шкалу вимірювання (табл. 2).

Для наших потреб найприйнятнішою є порядкова шкала (табл. 1).

Таблиця 1

Перелік критеріїв відбору видань для програми «Українська книга»

№	Критерій
1	Автор (авторський колектив, упорядник) видання, заявленого для включення до Програми
2	Актуальність заявленого видання
3	Соціальна значущість видання
4	Тематична спрямованість видання
5	Задоволеність читацького попиту
6	Ціна видання, заявленого для включення до Програми
7	Наявність обладнання та матеріально-технічної бази у суб'єкта видавничої справи, що подавав заявку на випуск видання за Програмою
8	Наявність працівників відповідної кваліфікації у суб'єкта видавничої справи, що подавав заявку на випуск видання за Програмою

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Класифікація шкал вимірювання

Шкала	Характеристики	Приклади
<i>Умовні</i>		
Найменування	Об'єкти класифіковані, а класи позначені номерами. Те, що номер одного класу більший або менший за інший, ще нічого не говорить про властивості об'єктів, за винятком того, що вони різняться. Тому шкалу найменувань часто називають шкалою класифікації. У ній відсутні поняття масштабу й початку відліку.	Автомобільні номери, номери книг у покажчиках, номери аудиторій.
Порядкова	Відповідні значення чисел, привласнені предметам, відображають кількість властивостей, що належать предметам, рівні різниці чисел означають рівні різниці в кількостях властивостей. Шкала порядку широко використовується під час експертного оцінювання для впорядкування об'єктів. Числа в шкалі визначають порядок проходження об'єктів і не засвідчують, наскільки один об'єкт переважає інший. У цій шкалі також відсутні поняття масштабу й початку відліку.	Номери етапів аналізу, ранжування слухачів за успішністю.
<i>Метричні</i>		
Інтервальна	Існує одиниця вимірювання, за допомогою якої можна не лише упорядкувати, але й приписати предметам числа так, щоб рівні різниці чисел відображали рівні відмінності в кількостях вимірюваної властивості. Під час експертного оцінювання шкала інтервалів застосовується для оцінювання корисності об'єктів. Основною властивістю є рівність інтервалів. Інтервальна шкала може мати довільні точки відліку й масштаб. Нульова точка інтервальної шкали довільна і не вказує на відсутність властивості.	Календарний час, шкала температури за Цельсієм.
Відношення	Числа, присвоєні предметам, володіють всіма властивостями об'єктів інтервальної шкали, але, окрім цього, на шкалі існує абсолютний нуль. Значення «нуль» свідчить про відсутність оцінюваної властивості. Відношення чисел, присвоєних у вимірюванні, відображають кількісні відношення вимірюваної властивості. Шкала відношень є окремим випадком шкали інтервалів під час вибору нульової точки відліку.	Зростання, маса, температура за Кельвіном, час виконання операції.

Джерело: складено на основі джерел [6, с. 22–36, 85–100; 2, с. 112–115]

Таблиця 3

Шкала оцінювання за критеріями відбору заявлених видань для програми «Українська книга»

Градація	Бал	Якісна оцінка видання
5	5	Дуже бажане для включення до Програми
4	4	Бажане для включення до Програми
3	3	Складно визначити, бажаним чи небажаним є включення до Програми
2	2	Небажане для включення до Програми
1	1	Вкрай небажане для включення до Програми

Джерело: розроблено автором

Результати експертного оцінювання зазвичай виражаються в балах. Бальна порядкова шкала необхідна для призначення оцінюваним об'єктам кількісних характеристик, що є ступенем вираження певної ознаки. Число градацій шкали визначається можливістю якісної характеристики кількісних градацій. Для забезпечення можливості розрізняти градації шкали

оцінювання будь-якої ознаки необхідно дати експертам опис, де відзначено характерні особливості градації, котрі дають змогу досить чітко відрізнити градацію від тих, які межують з нею, а також такі, що описують ступінь інтенсивності оцінюваної ознаки.

Сукупність якісних описів шкали повинна відповідати таким вимогам:

Таблиця 4

Ступінь прояву критеріїв відбору видань для програми «Українська книга»

Бали	Якісна оцінка видання	Критерії відбору видань							
		автор	актуальність	соціальна значущість	тематична спрямованість	задоволеність читачького попиту	ціна видання	наявність обладнання та матеріально-технічної бази	наявність працівників відповідної кваліфікації
5	Дуже бажане для включення до Програми	широко відомий	виключно актуальне	вітчизняний та іноземний читач	зміст повністю відповідає Програмі	Погано	обрунтована та підтверджена	достатні	достатні
4	Бажане для включення до Програми	відомий	ймовірно актуальне	кожен читач держави	зміст відповідає програмі	незадовільно	обрунтована	власні ресурси	власні ресурси
3	Складно визначити, бажаним чи небажаним є включення до Програми	популярний	нині актуальне	читач певного фаху	зміст не повністю відповідає	задовільно	розрахована, але необґрунтована	у межах звичних можливостей	у межах звичних можливостей
2	Небажане для включення до Програми	відомий цільовій аудиторії	менш актуальне	читач окремого регіону	назва відповідає програмі	добре	розрахунки неповні	не повністю задовольняють потреби	не повністю задовольняють потреби
1	Вкрай небажане для включення до Програми	початківць	більш неактуальне	читач частини окремого регіону	не може бути включене до програми	повністю	розрахунки виконані недбало	недостатні	недостатні

Джерело: розроблено автором

- загальнозживаність (поширеність, звичність для експерта);
- однозначність (близьке тлумачення різними експертами);
- розрізнення (можливість розрізняти ознаки за усіма градаціями);
- достатність (число градацій шкали забезпечує необхідну точність результату).

Для експертного оцінювання якісних ознак доцільно користуватися шкалами з непарним числом градацій, в яких, окрім нижнього та верхнього рівнів, є середній (задовільний).

Для комплексного оцінювання широко застосовують п'ять і сім градацій.

Відповідно до наведених умов укладено шкалу оцінювання за критеріями відбору заявлених видань (табл. 3).

Для більшої наочності властивостей оцінюваних критеріїв (табл. 1) за кожною з вибраних градацій, наведених у табл. 3, експертам можуть бути запропоновані додаткові характеристики, що унаочнюють ступінь прояву цього критерія (табл. 4).

Скільки ж необхідно експертів для оцінювання та відбору видань? Необхідна кількість їх відбирається виходячи з огляду на такі фактори. Кількість групи не повинна бути малою, оскільки тоді втрачається сенс формування експертних оцінок, визначених групою фахівців. Крім того, на групові експертні оцінки значною мірою впливатиме оцінка кожного експерта.

За збільшення групи експертів хоча й усуваються ці недоліки, проте з'являється небезпека виникнення нових. Так, за умов дуже великої кількості експертів оцінка кожного з них окремо майже не впливає на групову оцінку. При цьому зростання кількості експертної групи далеко не завжди тягне підвищення достовірності оцінок. Часто розширення групи експертів є можливим лише за рахунок недостатньо кваліфікованих фахівців, що може призвести до зниження достовірності групових оцінок. Одночасно зі зростанням числа експертів збільшуються труднощі, пов'язані з обробленням результатів оцінювання.

Аналіз практичної діяльності експертних груп дає змогу рекомендувати включення до експертної групи 7–15 експертів. Верхня межа кількості експертів залежить від часу та коштів, закладених на проведення експертизи, кількості потенційних експертів, можливості залучення їх до роботи тощо.

До того ж під час підбору експертів мають бути враховані обмеження, що стосуються відповідності цілей експертів цілям експертного оцінювання. Тобто необхідно встановити, чи існує в роботі окремих експертів тенденція до необ'єктивного оцінювання визначених подій та явищ. Для цього бажано виявити можливі потенційні цілі експертів, які можуть суперечити цілям отримання об'єктивних результатів. Аналізуючи попередню діяльність експертів, можемо з'ясувати наявність причин, які зумовлюють прагнення завищувати або занижувати оцінки так, аби вплинути на групові в бажаному для себе або для інших осіб напрямі.

Висновки. Сьогодні система державної підтримки видавничої справи характеризується недостатнім рівнем планування, моніторингу та досягнення цільових показників, а саме у 2016 році річний тираж книг в Україні становив приблизно 49,0 млн. примірників, тобто трохи більше однієї книги в розрахунку на одного жителя країни, тоді як у країнах ЄС на одного жителя видається від 6 до 8 книг на рік [3; 7].

Випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга» є формою державної підтримки видавничої діяльності разом з наданням податкових пільг видавцям і поширювачам книг. Результати перевірок засвідчили недостатню ефективність використання коштів, виділених із державного бюджету, а одним із ключових зауважень стала відсутність чітких критеріїв відбору видань. Розроблені методичні й практичні засади реалізації програми «Українська книга» покликані частково вирішити наявні проблеми за рахунок встановлення науково обґрунтованих критеріїв для більш ефективного використання коштів державного бюджету та задоволення читачького інтересу громадян України.

Список літератури:

1. Афонін О., Сенченко М. Українська книга в контексті світового книговидавництва. Київ: Кн. палата України, 2009. 278 с.
2. Бичківський Р., Зорій В., Столярчук П. Основи метрологічного забезпечення. Львів: вид-во Держ. ун-ту «Львів. політехніка», 1999. 180 с.
3. Випуск видавничої продукції в Україні в 2016 рік. URL: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2016.htm.
4. Звіт про результати роботи органів Державної фінансової інспекції за 2012 рік. URL: <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/95755;jsessionid=0E3C483387DFC3B69FBB4309D2A16753.app8:2>.
5. Котляревський Я., Мельников О., Штангрет А. та ін. Концептуальні засади забезпечення сталого розвитку інформаційної сфери України. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 148 с.
6. Корнилов І. Методи наукового і інженерного творчства. Москва: изд-во Москов. гос. ун-та печати, 1998. 150 с.
7. Мураховський А. Держава всіляко підтримує розвиток книговидавничої галузі. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=65823.
8. Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2005 рік» та деяких інших законодавчих актів України: Закон України від 25 березня 2005 року № 2505-IV (ост. зміни від 5 жовтня 2016 р.). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2505-15>.
9. Про затвердження Порядку формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її розповсюдження: Постанова Кабінету Міністрів України від 12 вересня 2012 року № 850. Урядовий кур'єр. 2012. № 168.

10. Про результати аудиту ефективності використання коштів державного бюджету, виділених Державному комітету телебачення і радіомовлення України на випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга»: Рішення Рахункової палати від 12 липня 2016 року № 14-1. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16749474/RP_14-1.pdf?subportal=main.

11. Сеньківський В., Олянишен Т., Штангрет А., Мельников О. Читання як проблема вільного часу: за результатами соціолого-статистичних досліджень. Львів: Укр. акад. друкарства, 2009. 160 с.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ОСНОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ «УКРАИНСКАЯ КНИГА»

Деятельность субъектов информационной сферы национальной экономики, в частности издательского дела, требует продуманной организационной и финансовой поддержки со стороны государства в контексте более эффективного использования ограниченных финансовых ресурсов. Результаты аудиторских проверок неоднократно показывали недостаточную эффективность использования средств государственного бюджета, в частности вследствие несовершенства критериев отбора изданий. Разработаны методические и практические основы, направленные на совершенствование процесса реализации программы «Украинская книга». Обоснован перечень критериев отбора изданий для программы «Украинская книга». Предложены шкала оценивания и дополнительные характеристики, уточняющие применения предложенных критериев.

Ключевые слова: критерий отбора, издание, эксперт, экспертная оценка, «Украинская книга».

WAYS TO IMPROVE THE METHODOLOGICAL AND PRACTICAL FOUNDATIONS FOR THE IMPLEMENTATION THE PROGRAM “UKRAINIAN BOOK”

Supporting the activities of the subjects in the information sphere of the national economy, in particular publishing requires well-thought-out organizational and financial support from the state in the context of more efficient use of limited financial resources. The results of audits have repeatedly shown inadequate efficiency of the use the state budget funds, in particular due to imperfect selection criteria for publications. Methodical and practical principles are developed, which aimed at improving the implementation of the program “Ukrainian Book”. The list of criteria for selecting publications for the program “Ukrainian Book” is justified. A scale of assessments and additional characteristics specifying the applications of the proposed criteria are proposed.

Key words: selection criteria, publication, expert, expert evaluation, “Ukrainian Book”.

УДК 338.43:636.32/.38:633.2/3(477)

Оганесян В.С.

аспірант,

Подільський державний аграрно-технічний університет

КОРМОВИРОБНИЦТВО – ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ВІВЧАРСТВА

У статті визначено поняття кормовиробництва та кормової бази. Пораховано структуру посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств. Досліджено орієнтовні норми добової потреби в зелених кормах різних видів і груп тварин. Проаналізовано: виробництво та валовий збір кормових культур, які використовувались для годівлі та відгодівлі овець; вирощування та відгодівля овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні; витрати на виробництво привісу овець за елементами у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні.

Ключові слова: кормовиробництво, кормова база, кормові культури, посівна площа, кормові культури, корми, посівна площа.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших галузей, на сьогоднішній день, у сільському господарстві України, яка є невід'ємним елементом для формування і функціонування тваринництва – це кормовиробництво.

Кормовиробництво, як галузь аграрного виробництва, має забезпечувати тваринництво достатньою кількістю якісних, збалансованих за вмістом поживних речовин кормів. Основні напрями розвитку цієї галузі – інтенсифікація польового і лучного кормовиробництва на основі прогресивних технологій вирощування кормових культур, заготівлі та зберігання кормів, поліпшення їх структури і якості [1, с. 3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перед інтенсивним розвитком тваринництва покладені підвищені вимоги щодо кормовиробництва та кормової бази. Тому вивчення та дослідження кормовиробництва є однією з важливіших питань у тваринництві, яке обділене увагою із боку таких вчених: Ф. М. Архипенка, А. О. Бабича, В. І. Болдуєва, В. А. Бурлака, І. Ф. Грибарчука, М. В. Місюка, Г. М. Мартинюка та ін. Однак із зменшенням пасовищ, вівчарство в Україні потребує ефективного кормовиробництва, і тому, на сьогоднішній день, наша досліджувана стаття є актуальною для вивчення.

Формулювання цілей статті. Для досягнення цілей статті було встановлено витрати на корми, які було використано для відгодівлі овець.

Тому метою даної статті є визначення ефективності кормовиробництва для забезпечення виробництва продукції вівчарства.

Викладення основного матеріалу. Посіви кормових культур на орних землях разом із природними кормовими культурами повинні повністю забезпечити тваринництво усіма видами повноцінних кормів. Проблема заготівлі та виробництва кормів повинна вирішуватись на основі застосування прогресивних технологій, багатофункціональної техніки та сучасного обладнання для виробництва високоякісних екологічно безпечних кормів, підвищення їх протеїнової та енергетичної поживності, зменшення втрат на всіх етапах вирощування, заготівлі, транспортування, зберігання та використання [2, с. 237].

Оптимальне функціонування галузей тваринництва можливе лише за раціональної оснащеності господарства всіма основними елементами його матеріально-виробничої бази, в числі яких першорядне значення мають корми, їх кількість, склад і якість. Тому для подальшого підвищення ефективності сільського господарства одним з вирішальних умов є постійне дотримання пропорційності у розвитку рослинництва і тваринництва, сполучною ланкою між якими є кормова база. Цим викликана специфічна подвійність її завдань, а також організації виробництва та використання кормів. Відповідно під кормовою базою господарства розуміють розміри і склад джерел отримання кормів, їх обсяг, асортимент і якість, організацію їх виробництва та використання. Головна мета організа-

ції кормовиробництва – всемірне збільшення виробництва дешевої тваринницької продукції [2].

Основою виробництва продукції вівчарства – є його надійна кормова база. Кожне фермерське господарство чи сільськогосподарське підприємство, яке утримує овець, і прагне виробляти якісну, поживну продукцію та збільшувати продуктивність виробництва, повинні забезпечити себе на рік необхідним обсягом різноманітних кормів та кормовими площами. Формування кормової бази, безпосередньо залежить від раціональної та збалансованої годівлі овець поживними кормами, які насичені мінеральними речовинами, мікроелементами і вітамінами. Тому, найважливішою умовою швидкого розвитку виробництва продукції вівчарства є створення міцної кормової бази.

Інтенсивний розвиток тваринництва ставить підвищені вимоги до кормової бази. Виникає потреба створити спеціалізовану галузь кормовиробництва, яка б за організацією і технічним оснащенням відповідала сучасному тваринництву.

Найважливішою ланкою в розв'язанні цього важливого завдання є збирання, заготівля, зберігання і підготовка кормів до згодовування. Саме це визначає кінцевий результат усього виробничого циклу і є великим резервом для збільшення обсягу заготовлюваних кормів, поліпшення їх якості й ефективнішого використання в годівлі сільськогосподарських тварин.

Виробництву нині запропонований цілий комплекс технологічних прийомів збирання, заготівлі, зберігання й підготовки кормів до згодовування, який забезпечує потоковість заготівлі й закладання їх на зберігання при мінімальних втратах врожаю і щонайменшій залежності якості готового корму від метеорологічних умов та інших некерованих факторів. Вони передбачають комплексну механізацію, а в деяких випадках і автоматизацію усіх процесів збирання, заготівлі і переробки кормів за рахунок машин і обладнання, що випускаються серійно [3, с. 4].

Кормовиробництво – багатогранна і найбільш відсталася в технологічному і технічному озброєнні галузь сільського господарства. Через це відведені під виробництво кормів площі не у всіх підприємствах використовуються повною мірою, з них мало ще заготовляється сіна, сінажу, силосу, коренеплодів і фуражного зерна.

Найбільшу площу у структурі посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств займають зернові та зернобобові культури, яка за досліджуваний період 2000–2016 рр. збільшилась на 3,1 %, а кормові зменшилися на – 18,9 % табл. 1.

Важливим моментом у годівлі овець є формування зеленого конвеєра. Для складання зеленого конвеєра насамперед визначають середньодакне поголів'я тварин різних видів і вікових груп, які будуть у господарстві протягом пасовищного періоду. Потребу у зеленому кормі для худоби визначають подекадно на кожен місяць.

Для цього добову норму зеленого корму в кілограмах на одну голову множать на середньодакне поголів'я. Одержану потребу корму для всієї групи на

Таблиця 1

Структура посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств

Сільськогосподарські культури	Структура посівних площ									
	2000		2005		2010		2015		2016	
	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%	тис. га	%
Зернові та зернобобові	13646	50,2	15005	57,6	15090	56,0	14739	54,8	14401	53,3
Технічні	4187	15,4	5260	20,2	7296	27,1	8350	31,0	8852	32,8
Картопля, культури овочеві та баштанні продовольчі	2277	8,4	2041	7,8	1967	7,3	1823	6,8	1841	6,8
Кормові	7063	26,0	3738	14,4	2599	9,6	1990	7,4	1932	7,1
Посівна площа	27173	100	26044	100	26952	100	26902	100	27026	100

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [4]

Таблиця 2

Орієнтовні норми добової потреби в зелених кормах різних видів і груп тварин (за даними І.С. Попова)

Вид і група тварин	Добова норма зеленого корму на голову, кг	Вид і група тварин	Добова норма зеленого корму на голову, кг
Корови	50-60	Кнури-плідники	6-8
Нетелі	40-50	Свиноматки з приплодом до чотирьох місяців	4-5
Бики-плідники	30-40	Підсвинки старше чотирьох місяців	4-5
Молодняк великої рогатої худоби старше року	25-30	Вівці дорослі	6-8
Молодняк великої рогатої худоби до року	10-15	Ягнята	3-4
Коні старше трьох років	40-50	Птиця	0,07
Лошата	25-30	х	х

Джерело: адаптовано на основі [2, с. 244]

добу множать на 10, добуток ділять на 100 і дістають потребу зеленої маси в центнерах на декаду. Так визначають потребу господарства в зеленому кормі на кожен місяць, на весь період і для всіх видів тварин.

Для обчислення потреби в зелених кормах користуються наступними нормами добової потреби тварин в зелених кормах табл. 2 [2, с. 243].

Як видно з табл. 2, добова норма зеленого корму овець дорослих і ягнят набагато менша від корів, нетелі, биків-плідників, молодняку великої рогатої худоби старше року, молодняку великої рогатої худоби до року, коней старше трьох років і лошат, лише однакова з кнурами-плідниками, і на 2-3 кг більша за свиноматок з приплодом до чотирьох місяців та підсвинків старше чотирьох місяців.

Створити міцну кормову базу підприємства можна при чіткому дотриманні принципів її раціональної організації, основними з яких є:

- 1) дотримання відповідності природно-економічним умовам раціональної спеціалізації підприємства;
- 2) ефективне використання головного засобу виробництва – землі, раціональна організація посівного і лукопасовищного кормовиробництва;
- 3) пропорційне співвідношення між кормовими ресурсами і перспективами ефективного розвитку галузей тваринництва відповідно до потреб господарства в їх продукції. План трансформації земельних угідь має передбачати поліпшення їх за допомогою системи

організаційно-економічних заходів з метою забезпечення випереджаючих темпів зростання кормової бази темпам збільшення поголів'я тварин при досягненні їх продуктивності згідно з породними характеристиками;

4) раціональне використання трудових ресурсів, засобів виробництва як у виробництві кормів, так і в галузях тваринництва. Дотримання цього принципу можливе при впровадженні прогресивних форм організації виробництва і праці, системи машин для забезпечення комплексної механізації виробничих процесів на всіх стадіях кормовиробництва;

5) висока економічна ефективність при повному забезпеченні тваринництва високоякісними кормами і науково обґрунтованих нормативних витратах на одиницю продукції [5].

Основні джерела, звідки надходять корми для виробництва продукції вівчарства – це польове кормовиробництво, яке дає близько 85 % загальної кількості кормів, природні сіножаті і пасовища, підприємства переробної промисловості та спеціалізовані підприємства по виробництву кормових добавок.

Важливим для розвитку галузі кормовиробництва та створенням кормової бази у вівчарстві – є виробництво і валовий збір кормових культур табл. 3, яка за період 2000 – 2016 рр. зазнала таких зменшень: коренеплоди кормові на (81,3) тис. т, кукурудза кормова – (-17215,5) тис. т, трави однорічні (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-5801,4) тис. т,

Таблиця 3

**Виробництво та валовий збір кормових культур,
які використовувались для годівлі та відгодівлі овець, тис. т**

Кормові культури	Роки							Відхилення (+, -)	
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2000 р.	2016 р. до 2015 р.
Коренеплоди кормові	6358,2	7565,8	6633,8	6996,6	6892,3	6114,8	6276,9	-81,3	162,1
Буряк цукровий кормовий	31,4	44,9	13,7	24,8	102,9	72,7	74,7	43,3	2,0
Культури кормові баштанні	563,6	1063,1	701,9	720,1	723,8	766,9	972,1	408,5	205,2
Кукурудза кормова	24183,3	12508,5	7511,0	8507,5	7573,5	6842,8	6967,8	-17215,5	125,0
Трави однорічні: – на сіно	647,1	942,2	953,4	953,3	1003,5	976,6	1016,6	369,5	40,0
– на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	7074,4	3584,6	1996,1	1480,6	1481,7	1101,5	1273,0	-5801,4	171,5
Трави багаторічні: – на сіно	2572,5	2969,3	3237,7	3424,0	3926,1	3124,2	3361,5	789,0	237,3
– на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	11610,2	5836,8	3592,5	3258,9	3208,1	2749,1	3070,3	-8539,9	321,2
Сіножаті: – на сіно	2162,4	2076,9	1653,5	1603,1	1520,8	1309,3	1216,1	-946,3	-93,2
– на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	529,5	254,4	142,7	82,6	91,9	65,0	80,8	-448,7	15,8
Пасовища культивовані: – на сіно	16,9	16,0	14,2	9,2	7,2	13,1	15,1	-1,8	2,0
– на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно	352,3	401,9	143,3	106,1	109,9	84,1	63,2	-289,1	-20,9

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [4]

Таблиця 4

Вирощування та відгодівля овець у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2010 р.	2016 р. до 2015 р.
Приріст, ц	26 383	24 066	22 491	21 318	24 999	20 416	17 431	-8 952	-2 985
Виробнича собівартість, тис. грн.	46 899	53 320	57 020	54 637	58 914	63 441	65 439	18 540	1 998
Собівартість 1 ц приросту, грн.	1 777	2 215	2 535	2 562	2 356	3 107	3 754	1 977	647

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [6]

трави багаторічні (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-8539,9) тис. т, пасовища культивовані (на сіно) – (-1,8) тис. т, пасовища культивовані (на корм зелений, сінаж, силос, трав'яне борошно) – (-289,1) тис. т. Лише позитивним є збільшення буряка цукрового кормового на (43,3) тис. т, культури кормові баштанні – (408,5) тис. т, трави однорічні (на сіно) – (369,5) тис. т і трави багаторічні (на сіно) – (789,0) тис. т.

Якщо порівнювати 2015 рік з 2016 роком, хоч не значне, але спостерігається тенденція покращення виробництва, це помітно по збільшенню показників обсягу збору кормових культур.

Рационально складена ефективна кормова база, істотно впливає на вирощування і відгодівлю овець табл. 4. Як бачимо, за досліджуваний період 2000–2016 рр., приріст зменшився на (-8952) ц, виробнича собівартість збільшилась на (18540) тис. грн., собівартість 1 ц приросту збільшилась на (1977) грн.

Серед усіх витрат, які несуть підприємства на виробництво привісу овець, одним із найбільших є корми табл. 5, які за період 2010 – 2016 рр. збільшились на (12829,3) тис. грн. Порівнюючи 2016 рік з 2015 роком спостерігається зменшення витрат на (-849,9) тис. грн.

Слід відзначити, що особливого значення для галузі кормовиробництва в умовах розвитку науково-технічного прогресу набувають інноваційні кормові культури та їх сумішки [7, с. 81].

Висновки. Виходячи з вищенаведеного можна зробити такі висновки, що кормовиробництво потребує:

- 1) вдосконалення та модернізації матеріально-технічної бази, пов'язаних з виробництвом кормів для овець;
- 2) раціональне та ефективне використання земельних угідь та пасовищ господарства, яке утримує овець;
- 3) створення повноцінної стійкої кормової бази;
- 4) збільшення високої продуктивності вирощування кормових культур.

**Витрати на виробництво привісу овець за елементами
у сільськогосподарських підприємствах в середньому по Україні, тис. грн.**

Показники	Роки							Відхилення (+, -)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2010 р.	2016 р. до 2015 р.
Виробнича собівартість – всього	46899,8	53320,6	57020,2	54637,5	58914,0	63441,6	65439,9	18540,1	1998,3
Прямі матеріальні витрати, у тому числі з них:									
Корми	20786,6	23372,6	26608,6	26648,8	30470,2	34465,8	33615,9	12829,3	-849,9
Нафтопродукти	1870,2	2146,9	2219,5	1931,9	2414,0	2688,3	2701,5	831,3	13,2
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	1819,3	1956,1	1968,1	1236,9	1247,8	1290,4	3592,8	1773,5	2302,4
решта матеріальних витрат	3325,3	3588,0	3508,6	3191,5	4080,0	4456,2	4063,4	738,1	-392,8
Прямі витрати на оплату праці	10962,2	13317,2	13260,9	12534,5	11605,4	11842,8	13167,2	2205,0	1324,4
Інші прямі і зальновиробничі витрати всього, у тому числі з них:									
амортизація необоротних активів	1825,0	1772,0	1675,3	2050,7	2385,0	1867,3	2618,8	793,8	751,5
відрахування на соціальні заходи	3899,5	4969,2	4911,7	4634,8	4314,6	4438,2	3053,8	-845,7	-1384,4
решта інших прямих і загальновиробничих витрат	2411,7	2198,6	2867,5	2408,4	2397,0	2392,6	2626,5	214,8	233,9

Джерело: власні дослідження за статистичними даними [6]

Список літератури:

1. Зінченко О. І. Кормовиробництво: Навчальне видання. – 2-е вид., доп. І перероб. – К.: Вища освіта, 2005. – 448 с.: іл..
2. Кормовиробництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/246/21.pdf>.
3. Корми : бібліографічний покажч. / ВДАУ ; упоряд. О. А. Шевчук, Н. Г. Дудкевич ; ред. Г. М. Калінкіна; відп. за вип. Н. С. Головка. – Вінниця, 2009. – 46 с.: іл..
4. Сільське господарство України. Статистичний збірник. – К., 2016. – С. 246.
5. Організація кормовиробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-119/doc-190/>.
6. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Місюк М. В. Зростання ефективності кормовиробництва на інноваційних засадах // Економіка АПК. – 2013. – С. 81–87.

КОРМОПРОИЗВОДСТВО – КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ОВЦЕВОДСТВА

В статье определено понятие кормопроизводства и кормовой базы. Посчитано структуру посевных площадей основных сельскохозяйственных культур во всех категориях хозяйств. Исследована ориентировочные нормы суточной потребности в зеленых кормах различных видов и групп животных. Проанализированы: производство и валовой сбор кормовых культур, используемых для кормления и откорма овец; выращивание и откорм овец в сельскохозяйственных предприятиях в среднем по Украине; затраты на производство привеса овец по элементам в сельскохозяйственных предприятиях в среднем по Украине.

Ключевые слова: кормопроизводство, кормовая база, кормовые культуры, посевная площадь, кормовые культуры, корма, посевная площадь.

FODDER PRODUCTION AS AN ELEMENT OF ENSURING THE EFFICIENT PRODUCTION OF SHEEP

The article defines the concept of fodder production and feed base. The structure of sown areas of main crops in all categories of farms is calculated. The approximate norms of daily needs in green fodders of different species and groups of animals are investigated. It was analyzed: production and gross collection of fodder crops used for feeding and fattening sheep; raising and fattening of sheep in agricultural enterprises on average in Ukraine; the cost of production of the sheep breed for the elements in agricultural enterprises on average in Ukraine.

Key words: fodder production, forage, forage crops, sown area, fodder crops, forage, sown area.

UDC 338.48

Sakovska O.M.

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

PRINCIPLES OF COMPETITIVE TOURIST INDUSTRY FORMATION AT THE LEVEL OF DESTINATIONS

The question of competitive advantages formation characteristics in the field of tourism at the level of destinations is studied in the article. The theoretical analysis of concepts “region”, “tourist region”, “tourist product” and “competitiveness” of a tourist product is conducted. It is established that priority components of ensuring the sustainable country’s development and a significant component of solving issues raising population living standards are overcoming the existing negative economic trends of regional development. It is defined that one of the ways out of the crisis economic situation at the regional level is the creation of systemic and complex prerequisites for the development of tourism, improvement of the functional and technical quality of regional tourist product components. It is revealed that a competitive tourist product, with the right combination of its factors formation and implementation, promotes regional development and increases population living standard in a certain territory. The methodical issues of working out a tourist product for regional development are substantiated. It is determined that necessary elements of a competitive tourist regional system are infrastructure, tourist product and population. The methodical approach to the formation of a competitive tourist industry at the regional level based on client-oriented principles of development and tourist services provision is suggested.

Key words: tourism, region, tourist region, tourist product, competitiveness.

Introduction. Tourism, through the formation of regional (destinative), entities opens up great opportunities for the socio-economic development of territories (countries, regions, cities) with different amounts of tourist resources. Due to tourism involved in many industries and spheres of activity, which take part in the formation of tourism or related tourist products, it is possible to receive basic or additional income. Tourism can be developed in any country or region. The main thing is that one need to have a good idea of its specific opportunities and relevant information support when planning a business. Tourism should be considered as an open socio-economic system, which is influenced by many factors. Many enterprises directly or indirectly participate in the tourist industry. The activity of each of them, as a rule, depends on the activity of participants of the system.

Analysis of recent scientific research. The topicality of the article is determined by the low competitiveness of enterprises in the tourist industry of Ukraine at the regional level. The state pays great attention to the development of the tourist industry, which is confirmed by intentions of creating a separate independent structure that controls mechanisms of supporting tourist industry in coming years. For example, the amendments to the Law of Ukraine “Tourism Act” [6] are adopted; the principles of the State Program of Tourism Development for 2015–2022 [5] are developed and implemented; the Strategy of Tourism and Resorts Development for the period up to 2026 [12] is implemented. Besides, measures on the information support of tourist services and proposals for these services on the domestic and foreign markets will be implemented as well.

The urgency of solving issues of competitive advantages formation in the field of tourism at the local and regional levels has intensified the relevant research in this direction, the main task of which is to substantiate the methodology of developing an innovative tourist product for regional development. The study of scientific sources on this problem revealed the existence of significant gaps in the study of theoretical and methodological aspects in the policy of forming a regional tourist product. These circumstances determine the relevance and subjects of the study; cause the necessity for more detailed studies on the development of theoretical and methodological policy regulations in formation of a competitive regional tourist product.

Many scholars overview the issue of tourism development as a socio-economic phenomenon. Among expatriate scientists, works by V. Kvartalnov [7], V. Kyfiak [8], S. Kobzova [9], N. Leiper [19], V. Likhanov [11], L. Mukhina [11], V. Preobrazhenskyi [11], V. Smolii [14], V. Fedorchenko [14], V. Tsybukh [14; 17] should be noted. As well as foreign, such as J. Bowen [10], Y. Volkov [13], L. Dwyer [18], F. Kotler [10], J. Meykens [10], N. Taylor [16], W. Theobald [21], J. Hallowey [16] and J. Swarbrooke [20].

L. Ahafonova [1], V. Bezuhla [2], M. Bil [4], S. Havryliuk [15], O. Hrynkevych [4], T. Tkachenko [15] and others studied the methodological approaches in the field of tourism and development of competitive advantages of a tourist product.

Despite a significant number of works devoted to the study of the competitive advantages of a tourist product, certain aspects of the competitive tourist industry formation at the regional level are not sufficiently highlighted and require further theoretical and practical exploration.

The aim of the article is to provide the scientific substantiation and develop methodological approaches to the study and formation of the competitive tourist industry at the regional level.

Main provisions and developments of expatriate scientists and foreign experience of the theory and practice of tourist industry development, regional development and personal assessments of the author introduce the theoretical and methodological basis of the research.

Basic material presentation. Changes in geopolitical situation, socio-economic development and modernization of information technologies influenced significantly the dynamics of tourism development and led to the transformation of tourist industry with a focus on meeting the diverse individual needs of travelers.

Ukraine occupies one of the leading places in Europe in terms of providing valuable natural therapeutic, historical and cultural resources that are of great interest for domestic and foreign tourists. However, according to the World Economic Forum, in 2015 Ukraine ranked only the 78th place in the world among 124 countries in the field of travel and tourism (Czech Republic – 35, Hungary – 40, Lithuania – 51, Poland – 61, Romania – 76) [5]. This indicates that on the international tourism market, the

national tourist product and natural therapeutic resources of Ukraine are rated as less attractive and competitive than in other countries where there is a worldwide trend towards strengthening the role of the state in ensuring the development of tourism and resorts.

The field of tourism at the state level does not play a significant role in the full execution of economic, social and humanitarian functions, preservation of natural environment and cultural heritage, pumping up the budgets of all levels, new job creation, increasing the share in services in the structure of the domestic gross product [5]. Therefore, in order to increase the competitiveness of the tourism sector and resorts, it is necessary to strengthen the state role in this sphere, while simultaneously formulating an effective model of cooperation between the state, business and society.

Overcoming the existing negative trends, creating systemic and complex preconditions for tourism development, improving functional and technical quality of national and regional tourist product components should become priorities for ensuring sustainable development of the country as a whole and a significant component in solving issues of raising population living standards.

Taking into account the analysis of theoretical literature, we have established that at present there is no common definition of the notion *region*. In a qualified (political and legal) sense, a *region* can be understood as administrative-territorial entities free of administrative identity [7, p. 63]. In this sense, the term “region” can mean a natural-climatic zone, a geographic area, an interstate territory, an economic or economic – ecological district, a historical and cultural area, etc. [4, p. 41]. The *region* can also be understood as large territories that unite entire continents and groups of countries as well as several regions that are distinguished by peculiarities of historical development, geographical location, natural and human resources, specialization of the economy, etc. [13, p. 22].

Therefore, in our opinion, a *region* should be understood as a certain area with specific natural, socio-economic, national-cultural elements and conditions of development.

Researching the development of tourist industry, as one of economic elements of a state's development, the term “*tourist region*” should be explored. According to the Encyclopedic Tourist Guide Dictionary a tourist region is considered as “an area which includes special establishments and services necessary for the organization of rest, educational process or improvement” [14, p. 22]. In addition, a *tourist region* should be understood as any big city, and a small town with historical and cultural monuments and other objects that attract tourists' attention [8, p. 34]. According to another definition, a *tourist region* is a group of countries with similar conditions of development that are characterized by commonality of genesis and interconnection of tourist industry components [11, p. 268].

We share the opinion of S. Kobzova, who considers that a tourist region is an area that has objects of tourist interest at its disposal and offers a certain set of services

necessary to meet tourists' needs [9, p. 24]. As a tourist region, one should consider a separate complex, a city, an area, a resort, a district, a region, a country, or even a group of countries, which are chosen by a tourist as the purpose of his travel [17, p. 35].

One of the specific aspects of tourist industry development is the increased competitiveness of a tourist product.

A tourist product is a complex of tourist services necessary to meet a tourist's needs during his travel. This complex of tourist services combines at least two services that are being sold or offered for sale at a specified price, including freightage, accommodation and other services not related to transportation and accommodation (services for organizing visits to cultural objects, recreation and entertainment, selling of souvenirs) [14, p. 147].

The competitiveness of products is a set of consumer and cost characteristics of manufactured products, which allows withstanding competition on a particular market and in a certain period of time [2, p. 65].

By competitiveness, one should understand the ability of a subject of an entrepreneurial business to withstand and counteract its competitors [15, p. 113]. The competitive advantage of goods and services is understood as properties set of given results in business entities activities, which makes them more attractive to the external environment of these subjects [20, p. 44]. By competitive advantages of business entities, it is necessary to understand their higher achievements in chosen areas of entrepreneurial activity in comparison with achievements of competitors, accepted by the external environment of this subject [3, p. 35]. Therefore, competitive advantages are at the same time both targets of competitive rivalry of business entities and rivalry instruments.

The competitiveness of a tourist product in a particular region or country cannot always be determined by price or qualitative comparison with similar indicators of competitors' products due to the unique characteristics of each tourist product, the presence of a large number of external factors and the specifics of tourist resources [16, p. 74]. A set of conditions and characteristics that appear when organizing a particular tourist product, satisfy in the best way various needs of certain consumers' segments at the cost comparable to the value of this tourist product for specific consumers.

When defining a competitive tourist product at the regional level, it is necessary to distinguish between concepts "tourist region" and "tourist destination". A competitive tourist product, with the right combination of factors, allows stepping from the approach to tourism through an offer (tourist region) and to the formation of a tourist product through a specific consumer, that is, through the demand for a destination. It is necessary to make a comprehensive content analysis of the term "tourist destination", as a part of the tourism system.

The necessary element of destination successful functioning on the tourist market is the availability of information systems. The quality and accessibility of tourist

information for potential consumers of a regional tourist product are of great importance. Since tourists are interested in visiting a recreation area, only if they are informed about its existence, the availability of resources on its territory, the degree of tourist industry development, and about possibilities of establishing the reliability of received information [16, p. 57].

Tourist industry is a set of different subjects of tourist activity (hotels, tourist complexes, campsites, motels, boarding houses, catering enterprises, transport, cultural and sports institutions, etc.), which provide reception, maintenance and transportation of tourists [6].

V. Preobrazhenskyi considered the tourist industry system as a branch of country's economy, which consists of two main blocks: resting and recreation resources, which, in their turn, include natural complexes, buildings of various purposes and service staff [11, p. 271]. Subsequently, such interpretation of tourist industry is the basis for its definition as a complex inter-sectoral structure, which includes manufacturing and transport enterprises that produce and implement various tourist services and goods.

Tourist industry is formed by a complex of enterprises that provide or promote recreational needs of a person when moving regardless of his aim, except that related to the paid work in the visited country. Consequently, the material and technical basis of this complex structure is formed by accommodation establishments, transport and tourist servicing sphere. Accommodation establishments include hotels, as well as specialized accommodation facilities: campsites, holiday homes, sanatoriums, boarding houses, dispensaries, etc. [21, p. 114]. In the transport sector, first of all tourist transport should be mentioned (cruise ships, special boats and yachts for voyages), as well as transport, which serves the tourist industry itself, namely tourists and local people [18, p. 173].

However, tourist industry can be considered not only as a set of enterprises providing tourist services and producing tourist goods, but also as one of the forms of territory development. Understanding this system as a complex of enterprises is a consequence of the sectoral approach. Therefore, tourist industry is considered as a complex system of interaction of people's recreational needs of and recreational opportunities of territory's natural and economic potential. However, such definition does not establish links between enterprises that form an element of the tourism system.

Tourist industry of a region is a complex which includes all resources of a region, infrastructure (all its types), products (services and goods) of a region's enterprises, which are used for tourism organization and meeting of tourists' needs [1, p. 432].

In our opinion, the main difference between tourist industry of destination (scientific approach) and the tourist industry of a region (general approach) is that the complex used for organizing tourism in the destination, first of all should have obvious attraction in order to influence tourist's choice of a certain destination, and possession of

services set that a tourist expects to receive. Moreover, this should be the same set of services and the same quality that is expected by a tourist when buying a tourist product offered to him.

The term “*tourist destination region*” is necessary to consider through the term “*tourist destination*”, which was firstly introduced by N. Leiper in his works. By destination, he understands a geographical area, which has certain limits and some tourist resources [19, p. 391]. However, now, thoughts of scientists regarding this term are somewhat different. Thus, according to the Encyclopedic Tourism Guide Dictionary, “the destination is any city, region or country that can be the only united area on the market of tourism services” [14, p. 92].

Thorough study of tourism processes for various purposes, as well as assessment of economic efficiency, profitability, social orientation, legal support, etc., provides expansion of tourism system elements’ list of N. Leiper. We propose to add to the tourism system elements’ list of N. Leiper such extra elements as infrastructure, a tourist product, population of the destination. Let us consider the above concepts and substantiate the need for their allocation as separate elements of the tourism system for the formation of the competitive tourist industry at the regional level.

The term “tourism infrastructure” is defined as an interstructural (systemic), unit, aimed at creating common, the most rational conditions for the system functioning, as well as for support of its sustainable and efficient development. The specified infrastructure will vary considerably depending on goals and motives of a travel at the destination, that is, on its attractiveness for tourists. The required quantitative and qualitative composition of infrastructure is different and for different geographic components of the tourism system.

The improvement of the destination infrastructure provides an opportunity for more efficient and extensive tourism development, which, in its turn, contributes to the investment attractiveness of the further infrastructure development of the destination region. The main travel motive is usually paid as a tourist product and has a pre-

terminated value, while the destination infrastructure allows, on the one hand, to stimulate consumer’s expenses, and on the other hand, to increase a positive experience from staying in the destination. It should be noted that the multiple effect of tourism is much higher in those regions where an appropriate infrastructure is well developed, that is, the system for managing a region’s economy as a tourist destination well established.

A tourist product as an integral part of the tourism system is a complex result of elements interaction of the tourism system and should be crucial for all process participants. The joint activity of independent tourist service companies is characterized by the effect of “weak link”, when the quality level of work of all producers of a particular tourist product is determined at least by the quality service that is the part of a tourist product. Thus, tourist product, on the one hand, is the link between all producers involved in this process, and on the other hand, the quality measure of not only producers’ activity, but also recreation area in as a whole and its competitiveness increase. This circumstance creates the necessity of making focus on a tourist product as a unifying element of all components of the tourism system.

The next element of the tourism system is the destination population. It can consist of both locals and workers who came from other regions or even other countries, and which, as a result make up the local population of the destination. Currently, while studying and planning tourism development in the destination, insufficient attention is paid to its population, which, as a rule, even considered, as one of the external factors. Therefore, in our opinion, the component of “destination population” should be included to the concept of a *tourism system* which primary can be involved in the tourist process, since it does not include tourist industry workers (relating to the tourist industry). However, the local population forms its own attitude towards tourists, and creates tourism development environment.

The local population should be a partner of tourist enterprises, and the task of the tourist industry is to establish mutually beneficial relations with it. Local residents

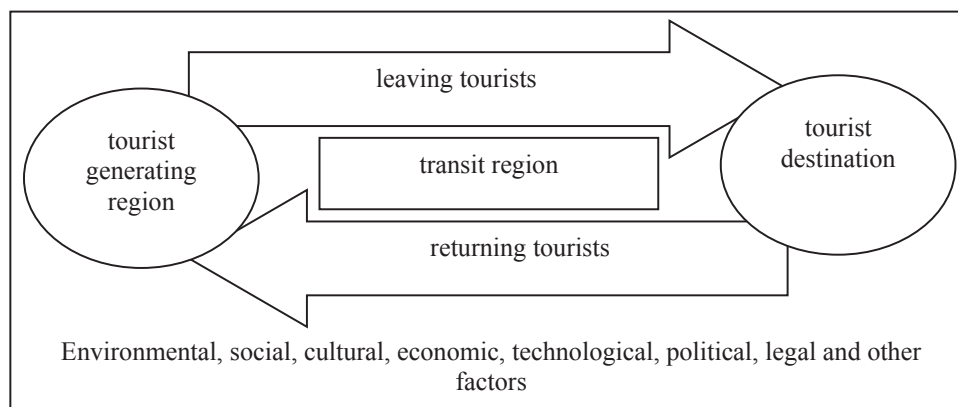


Fig. 1. Systematization of main tourism components

Source: [19]

should know that tourists give them the opportunity to earn income; they should understand that the impact of tourism, thanks to the multiple effects, extends far beyond tourist industry. Tourists, in their turn, must respect representatives of the host side. The system construction based on such principles will give the opportunity to hope that in the case when a tourist will have a difficult situation on an unknown territory, the local population will prove to be a hospitable and caring owner.

Taking into account the conducted analysis of theoretical sources [1; 4; 9; 15; 18; 20] concerning the definition of the concept “destination”, we have identified two approaches to the formation of a tourist destination that determine its conceptual content. The first approach is based on a geographical component and defines a tourist destination as a limited area. In this context, tourist destination corresponds to such concepts as “tourist region”, “tourist center”, that is, there is another definition of the concept, which in no way determines the special importance of the concept “tourist destination” and does not create conditions for the formation of a competitive tourist industry.

The second approach is aimed at satisfying consumer’s tourist service needs and is client-oriented. In this case, tourist destination is determined by the attractiveness that it offers for a certain segment of consumers. Thus, not the geographical component of tourist resources located in the

territory, but the attractiveness of a specified territory for tourists becomes primary.

Conclusions. Taking into account our research on specific forms of competitive tourist industry formation at the regional level it is necessary to mention that the approach aimed at satisfying tourist needs (client-oriented) is fundamental in studies of strategic competitive advantages of a tourist product. It will promote the development of tourist industry in a particular region, thus as the result of its economic stability improvement by means of profit from tourism activity.

The approach from the point of view of territorial attractiveness confer the possibility to develop the territory effectively, that is to produce those products and provide those services that are the most demanded by tourists visiting the tourist region. The implementation of this approach will facilitate the formation and adoption of sound management decisions as for attracting investment in the tourism infrastructure development of the region. It will make possible to build not only entertainment and recreation facilities, but also to place them purposefully, according to tourist needs and with the attractiveness owning which the majority of tourists visit the region. Under such conditions, the use of the client-oriented approach in the formation of region’s tourist industry will have a great synergy effect and will significantly increase the competitiveness of the tourist industry.

References:

1. Ahafonova L. Determination of competitiveness of a tourist product. Strategy for the development of tourist industry and catering: materials of the international scientific and practical conference (October 25–26, 2006, Kyiv) / Publ. Ed. A. Mazaraki. Kyiv: KTUE, 2000. P. 430–434.
2. Bezuhla V. Analysis of the Competitiveness of Ukrainian Regions. Regional Economics. 2004. № 4 (34). P. 64–68.
3. Boyko M. Tourist attractiveness of Ukraine: patterns of formation and development guidelines. Investments: practice and experience. 2009. № 16. P. 34–39.
4. Hrynkevych O., Bil M. Improving the assessment of the competitiveness of a region’s tourist product of. Regional economy. 2009. № 4. P. 40–46.
5. State Program of Tourism Development for 2015–2022. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 583 dated April 29, 2014 / Official Bulletin of Ukraine dated 05/17/2014. No. 18. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>.
6. Tourism Act: The Law of Ukraine (Bulletin of the Supreme Rada of Ukraine (SRU), dated February 11, 2015, No. 324/95-vr. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
7. Kvartalnov V. Tourism: Textbook. Russian International Academy of Tourism. Moscow: Finance and Statistics, 2013. 314 p.
8. Kyfiak V. Organization of tourism activity in Ukraine. Chernivtsi: Books – XXI, 2009. 300 p.
9. Kobzova S. The concept of “tourist region”, “regional tourism” and “tourist route” in modern scientific discourse. Bulletin of Taras Shevchenko National University. 2010. № 16 (203). P. 24–31.
10. Kotler F., Bowen J., Meikenz J. Marketing. Hospitality and Tourism. Moscow: UNITI, 2005. 483 p.
11. Preobrazhensky V., Muhina L., Lihanov V. and others. Methodical instructions on characteristics of recreational area natural conditions. Geographical problems of tourism organization and recreation. 1975. 627 p.
12. About the approval of Tourism and Resorts Development Strategy for the period up to 2026. Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 16, 2017 № 168-p. Kyiv. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
13. Regional Studies: tutorial / publ. ed. Yu. Volkov. Rostov-on-the Don: Phoenix, 2004. 448 p.
14. Smolii V., Fedorchenko V., Tsybukh V. Encyclopedic Tourist Guide Dictionary. Kyiv: Publishing House “Word”, 2006. 372 p.
15. Tkachenko T., Havryliuk S. Analysis of competition in the tourist market of Ukraine. Bulletin of DIB. 2000. № 2. P. 113–121.
16. Halloway J., Taylor N. Tourist business: translation of the 7th English. ed. J. Halloway. Kyiv: Knowledge, 2012. 798 p.

17. Tsybukh V. Tourism in Ukraine: Problems and Prospects. Economist. 2010. № 6. P. 34–35.
18. Dwyer L. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing. 2010. 495 p.
19. Leiper N. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. Annals of Tourism Research. 1979. № 6 (4). P. 390–407.
20. Swarbrooke J. Sustainable tourism management. Division of CABI International, New York. 371 p.
21. Theobald W. Global Tourism. Third Edition. Publisher: Butterworth-Heinemann. 3 ed. 2014. 588 p.

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА РІВНІ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті досліджено питання специфіки формування конкурентоспроможних переваг у сфері туризму на рівні дестинацій. Проведено теоретичний аналіз визначення понять «регіон», «туристичний регіон», «туристичний продукт», «конкурентоспроможність туристичного продукту». Встановлено, що пріоритетною складовою забезпечення сталого розвитку країни та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення є подолання наявних негативних економічних тенденцій регіонального розвитку. Визначено, що одними зі шляхів виходу з кризової економічної ситуації на регіональному рівні є створення системних і комплексних передумов для розвитку туризму, поліпшення функціональної та технічної якості складових регіонального туристичного продукту. З'ясовано, що конкурентоспроможний туристичний продукт за правильної комбінації чинників його формування та реалізації сприяє регіональному розвитку та підвищує рівень життя населення на певній території. Обґрунтовано методичні питання розробки туристичного продукту для регіонального розвитку. Визначено, що необхідними елементами конкурентоспроможної туристичної регіональної системи є інфраструктура, туристичний продукт та населення. Запропоновано методичний підхід до формування конкурентоспроможної туристичної індустрії на регіональному рівні, що ґрунтується на клієнтоорієнтованих засадах розробки та надання туристичних послуг.

Ключові слова: туризм, регіон, туристичний регіон, туристичний продукт, конкурентоспроможність.

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ НА УРОВНЕ ДЕСТИНАЦИЙ

В статье исследованы вопросы специфики формирования конкурентоспособных преимуществ в сфере туризма на уровне дестинаций. Проведен теоретический анализ определения понятий «регион», «туристический регион», «туристический продукт», «конкурентоспособность туристического продукта». Установлено, что приоритетной составляющей обеспечения устойчивого развития страны и весомой составляющей в решении вопросов повышения уровня жизни населения является преодоление имеющихся негативных экономических тенденций регионального развития. Определено, что одними из путей выхода из кризисной экономической ситуации на региональном уровне являются создание системных и комплексных предпосылок для развития туризма, улучшение функционального и технического качества составляющих регионального туристического продукта. Выяснено, что конкурентоспособный туристический продукт при правильной комбинации факторов его формирования и реализации способствует региональному развитию и повышает уровень жизни населения на определенной территории. Обоснованы методические вопросы разработки туристического продукта для регионального развития. Определено, что необходимыми элементами конкурентоспособной туристической региональной системы являются инфраструктура, туристический продукт и население. Предложен методический подход к формированию конкурентоспособной туристической индустрии на региональном уровне, основанный на клиентоориентированных принципах разработки и предоставления туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, регион, туристический регион, туристический продукт, конкурентоспособность.

4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 331.101.3:656.2

Гребенюк Г.М.

асистент,

Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаряна

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

У статті визначено основні вимоги до мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту. Обґрунтовано доцільність формування культурно-мотиваційного механізму, розроблено систему базових цінностей ПАТ «Українська залізниця», які поділяються на корпоративні цінності, морально-етичні цінності та норми поведінки працівників, цінності та норми, що визначають стиль керівництва, форми й методи управління. Сформовано культурно-мотиваційний механізм розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту.

Ключові слова: підприємства залізничного транспорту, мотивація, цінності, корпоративна культура, трудовий потенціал.

Вступ. Мотивація трудового потенціалу підприємств протягом багатьох років залишається одним з найбільш важливих питань ефективного управління розвитком трудового потенціалу. Перед кожним керівником постає питання забезпечення ефективної, якісної та результативної роботи трудового потенціалу, його розвитку. Ефективність управління розвитком трудового потенціалу залежить від розуміння мотивації працівників.

В умовах формування вертикальної бізнес-моделі ПАТ «Укрзалізниця», побудови й розвитку ефективної системи корпоративного управління, заснованої на відкритості, прозорості і підзвітності, підвищення привабливості для співробітників та партнерів впровадження компетентнісного підходу до управління розвитком трудового потенціалу, який базується на формуванні моделі компетенцій працівників підприємств залізничного транспорту, потребує створення культурно-мотиваційного механізму, основними складовими якого повинні бути система цінностей ПАТ «Укрзалізниця» та корпоративна система мотивації.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблемам розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту, розвитку систем мотивації, питанням впровадження корпоративної культури присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них слід назвати таких, як Л.С. Головова, В.Л. Дикань, Ю.А. Ермолов, Л.Л. Калініченко, В.В. Компанієць, В.В. Польова, Е.П. Мельникова, Т.В. Боднар, Ю.Ю. Пархоменко [1–9]. Однак в умовах формування

вертикальної бізнес-структури ПАТ «Українська залізниця», перегляду місця трудового потенціалу в досягненні стратегічних цілей підприємств залізничного транспорту виникає необхідність визначення нового механізму розвитку трудового потенціалу, а саме культурно-мотиваційного механізму.

Мета статті полягає у формуванні культурно-мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту.

Викладення основного матеріалу. Мотивація є спонуканням до діяльності працівників підприємств залізничного транспорту, що формують їх трудовий потенціал через сукупність мотивів, а також створення такого стану носіїв трудового потенціалу (колективів працівників), який визначить, наскільки активно і з якою спрямованістю будуть вони діяти в певній ситуації. Виділяють дві форми мотивації, а саме зовнішню та внутрішню [3].

В умовах реформування залізничного транспорту формування єдиного корпоративного середовища та необхідності досягнення стратегічних цілей ПАТ «Укрзалізниця» особливої актуальності набуває внутрішня мотивація. Вона дає змогу на основі створення мотиваційного середовища та мотиваційного механізму сформувати довгостроковий вплив на результати праці й ставлення до праці, розвиток компетенцій працівників, що сприятиме розвитку працівників підприємств залізничного транспорту та трудового потенціалу загалом [3].

Під терміном «мотиваційний механізм» розуміють сукупність мотивів, використовуваних під час управління підприємством для досягнення його стратегічних цілей, на які спрямована та чи інша сукупність мотивів [8].

Досягнення стратегічних цілей ПАТ «Укрзалізниця» неможливо без розвитку системи цінностей компанії, яка є одним з інструментів внутрішньої мотивації та обумовлює доцільність включення ціннісної складової до мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту.

Практично всю систему управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту й корпоративну культуру можна розглядати як набір стимулів, які прямо або побічно впливають на працівників. Формування сприятливої корпоративної культури, управління її розвитком; створення креативної, зарядженої на постійний пошук інноваційних методів вирішення проблем, що дають змогу розкрити творчий потенціал працівників, а також здатною досягати поставлених цілей; створення ефективної системи винагороди трудової діяльності залежно від рівня її компетентності, постійне її вдосконалення – все це сміливо можна віднести до найважливіших завдань мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту.

Інтеграція концепцій корпоративної системи мотивації персоналу й корпоративної (організаційної) культури на підприємстві означає своєрідний союз, злиття, об'єднання в єдине ціле. Взаємодія ж цих концепцій передбачає вплив, обмін, вжиття спільних дій і заходів, що дають синергетичний результат у вигляді комплексного ефекту (економічного, управлінського, фінансового, соціального) [5].

Включення елементів корпоративної культури до мотиваційного механізму дасть змогу створити культурно-мотиваційний механізм, який є сукупністю цінностей, умов та мотивів, які обумовлюють розвиток трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту на основі активізації внутрішніх мотивів кожного працівника до розвитку.

Культурно-мотиваційний механізм розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту базується на таких факторах, як система формальних процедур і правил виконання функцій і робіт, призначених для досягнення цілей ПАТ «Укрзалізниця», подання менеджменту про реальні інтереси, мотиви, потреби людей, що працюють на підприємстві, способи їх задоволення, значимі цінності та норми поведінки.

Корпоративна культура відноситься до факторів внутрішнього середовища підприємства, є її іміджевою та брендовою складовою, оскільки пов'язана з трудовим потенціалом підприємств, цінностями, нормами, правилами, зразками поведінки людей на підприємстві. Отже, це один з найбільш важливих мотиваційних ресурсів підприємства.

Ядром корпоративної культури є система цінностей підприємства. Як елемент культурно-мотиваційного

механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту модель компетенцій підприємства, інструментарій розвитку трудового потенціалу повинні бути узгоджені із системою цінностей ПАТ «Укрзалізниця», цінностями працівників, а також сприяти досягненню стратегічних цілей компанії.

Сьогодні в практиці корпоративного управління виділяють чотири типи дієвих корпоративних цінностей [10]:

- 1) основні цінності – сформульовані цінності, які регулюють всі процеси, що відбуваються в компанії;
- 2) бажані цінності – цінності, в основі формування яких лежить перспектива;
- 3) цінність «вхідний квиток» (складності перекладу) – це соціальні й поведінкові характеристики, які шукає в кандидатах компанія;
- 4) другорядні цінності – це унікальні цінності кожної компанії, які, як вважає керівництво, будуть найважливішими та принципово відрізняють їх від конкурентів.

Базову систему цінностей ПАТ «Укрзалізниця» слід формувати з урахуванням цінностей, зазначених у стратегії розвитку підприємства та запропонованої моделі компетенцій. Система цінностей ПАТ «Укрзалізниця» представлена на рис. 1.

Система цінностей ПАТ «Укрзалізниця» включає три групи цінностей.

1) Корпоративні цінності – це цінності, які свідчать про напрями розвитку підприємства, його прагнення. До таких цінностей віднесено єдині цілі (робота всіх філій, підприємств залізничного транспорту спрямована на досягнення єдиної стратегічної мети ПАТ «Укрзалізниця»), єдність команди (колективи підприємств повинні працювати як єдиний злагоджений механізм); інноваційність (спрямованість діяльності на впровадження нових продуктів та технологій), соціальну відповідальність (підприємства про людей, суспільство, екологію), ефективність (прагнення до вдосконалення бізнес-процесів, раціональність використання ресурсів), орієнтацію на клієнта (задоволення клієнтів за рахунок підвищення рівня сервісу), надійність (відкритість до взаємовигідної співпраці з клієнтами, постачальниками та бізнес-партнерами) [11].

2) Морально-етичні цінності та норми поведінки персоналу, що формують трудовий потенціал підприємств залізничного транспорту – цінності, які віддзеркалюють особистість працівника, рівень його розвитку та його відношення до трудового процесу.

3) Цінності та норми, що визначають стиль керівництва, форми й методи управління, – це сукупність цінностей, спрямованих на формування якісної системи управління, умов взаємодії керівництва з персоналом як мотиваційного інструмента розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту.

Ключовими елементами корпоративної культури є філософія управління, культура мотивації, культура



Рис. 1. Базова система цінностей ПАТ «Укрзалізниця»

Джерело: авторська розробка

праці та керівництва. Основні положення корпоративної культури, система цінностей, принципи та мотиваційний інструментарій, культура мотивації, філософія підприємства повинні бути викладені в Корпоративному кодексі ПАТ «Укрзалізниця». Перша частина кодексу – інформаційна – розкриває загальні положення діяльності підприємства, його цінності, місію, стратегічні цілі та завдання, надає основні орієнтири та вимоги щодо роботи підприємства. Наступна частина кодексу – нормативна – складається з правил і регламентів, найважливіших для підприємства з урахуванням його специфіки. Містить положення про систему управління та розвитку трудового потенціалу, положення про компетентність трудового потенціалу та правила трудового процесу, положення про систему мотивації.

Процес взаємодії трудового потенціалу, системи управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту та корпоративної культури представлено на рис. 2.

Слід зазначити, що корпоративна культура та сформована система цінностей є елементом культурно-мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту (рис. 3). Іншою складовою механізму є мотиваційна складова, яка представляє корпоративну систему мотивації.

Корпоративну систему мотивації пропонуємо формувати на принципах:

- комплексного і несуперечливого характеру мотиваційних впливів;
- застосування стимулів, що відносяться до типів спонукання і винагороди, за мінімізації примусу до праці та розвитку, подолання відчуження праці та розвитку;

– диференціації методів мотиваційних впливів на різні категорії та групи персоналу (соціально-демографічні, професійно-кваліфікаційні);

– безперервного розвитку й удосконалення методів мотиваційних впливів;

– обліку структури мотивів працівників, ступеня задоволення їх потреб та інтересів;

– прагнення до гармонізації інтересів працівників та інтересів організації.

Основними методами мотивації є [4]:

– використання грошей як винагороди й стимулу;

– розвиток почуття причетності;

– мотивування через сам розвиток, заохочення до саморозвитку;

– винагорода й визнання досягнень;

– участь у керівництві;

– заохочення групової роботи;

– спілкування й розвиток співробітників компанії;

– лімітування обмежувальних факторів.

Загалом в Україні найбільш дієвими і такими, що мають пряму мотиваційну дію, є економічні заохочення та винагороди. Мотивація для вітчизняного працівника – це хороша заробітна плата, морально-психологічний клімат в колективі. Система оплати праці ґрунтується на основі результатів праці та є не лише засобом задоволення фізіологічних потреб і відтворення робочої сили, але й індикатором безпеки працівника та його сім'ї [6].

Окрім економічних, матеріально-грошових винагород, основну роль в культурно-мотиваційному механізмі відіграє нематеріальне стимулювання, а саме система соціальних заохочень і винагород, зокрема медичне страхування працівників, допомога співробітникам, забезпечення відпочинку дітей,

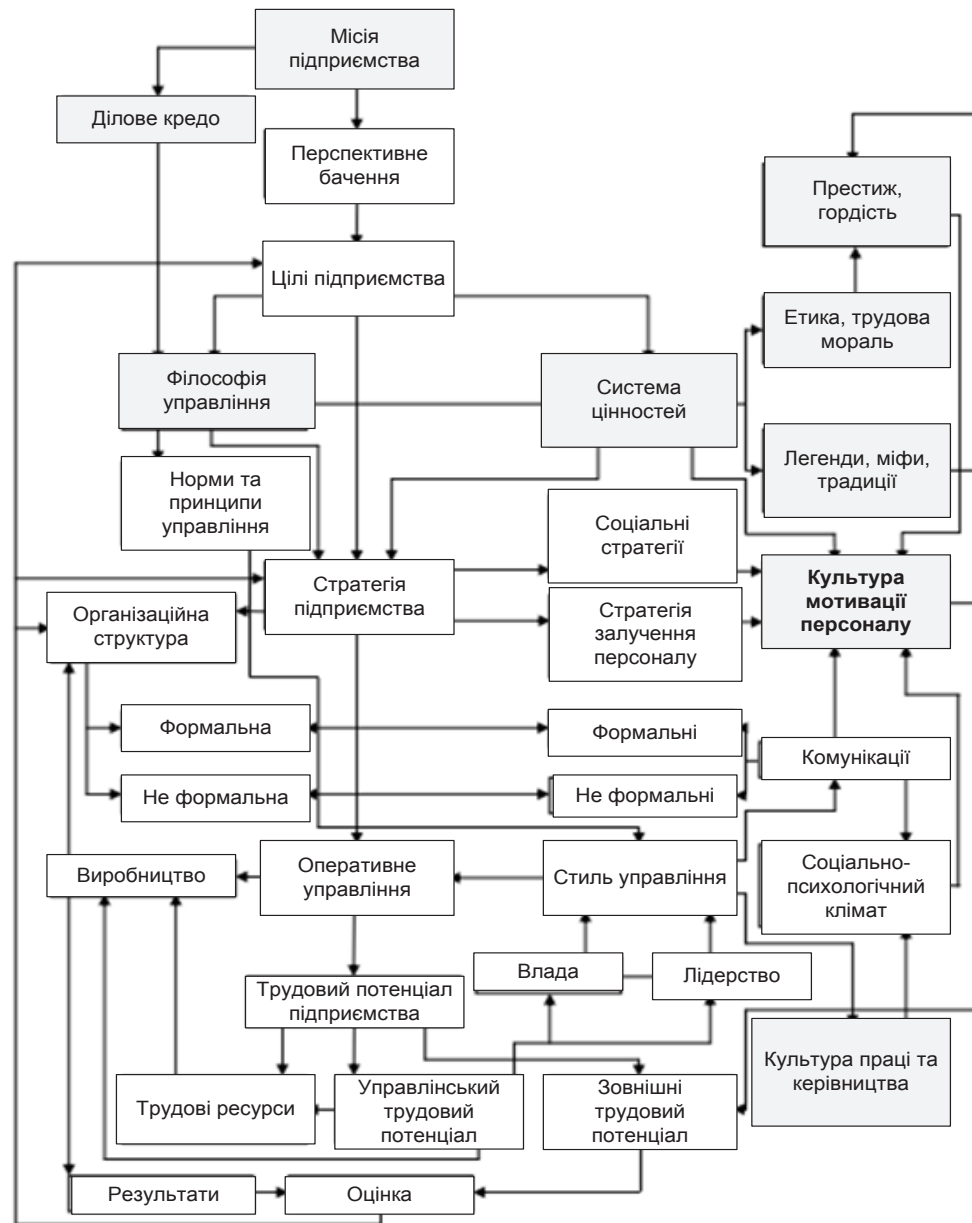


Рис. 2. Структурна модель взаємодії системи управління розвитком трудового потенціалу та корпоративної культури підприємства

позики на придбання житла, організація безкоштовних обідів.

Як інструменти корпоративної мотивації на досліджуваному підприємстві пропонуємо такі:

- 1) проведення змагань «Кращий співробітник місяця (року)», «Краща бригада»;
- 2) проведення спортивних турнірів;
- 3) подарунки до святкових дат загалом або до знаменних дат у житті співробітника зокрема (подарунки й подарункові сертифікації);
- 4) згадка імені співробітника на продукті, послужбі чи обладнанні як автора поліпшень або кращого працівника;
- 5) розміщення фотографії в корпоративній газеті або інформаційному листку;

6) пріоритет під час планування графіків робочого часу й часу відпочинку;

7) видання буклетів про підприємство за результатами його трудової діяльності з включенням фотографій, інтерв'ю кращих співробітників;

8) підписка на дорогі журнали, оплата членства в клубах або асоціаціях за вибором працівника тощо.

Ключовим інструментом культурно-мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту пропонуємо виділити систему професійного просування працівників.

Важливою складовою культурно-мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту є організаційно-управлінська складова, основна функція якої полягає у формуванні



Рис. 3. Складові культурно-мотиваційного механізму розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту

необхідних умов для розвитку трудового потенціалу. Основними інструментарієм управлінського впливу на розвиток трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту є управління ефективністю діяльності підприємства, безперервність розвитку потенціалу, залучення до процесу виробництва та управління, управління знаннями, управління цінностями, управління талантами.

Висновки. Важливим елементом в управлінні розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту є культурно-мотиваційний механізм. Формування такого механізму має відбуватися з урахуванням особливостей трудового потенціалу підприємств, включаючи потреби, інтереси, установки й ціннісні орієнтації працівників. Він повинен враховувати наявну структуру управління трудовим потенціалом, фактори впливу зовнішнього середовища та сформовані традиції і досвід роботи підприємства.

Основними вимогами до культурно-мотиваційного механізму є такі:

- механізм повинен ґрунтуватися на мотиваційних факторах, притаманних кожній категорії персоналу;
- повинен представляти поєднання ціннісної, матеріальної та нематеріальної складових;
- повинна простежуватися чітка залежність винагороди за результати роботи, а також справедливості і прозорості системи оплати для працівника;
- заробітна плата, що формується в рамках матеріальної складової, повинна бути конкурентоспроможною на ринку праці;
- культурно-мотиваційний механізм як система повинен стимулювати працівника на розвиток трудового потенціалу, безперервність процесу отримання знань, підвищення кваліфікації, кар'єрний ріст;
- нематеріальна складова механізму повинна включати соціальну мотивацію.

Список літератури:

1. Головка Л.С. Розвиток трудових ресурсів потенціалу залізничної галузі в контексті корпоратизації. Проблеми економіки України. 2012. Вип. 4. С. 26–37.
2. Дикань В.Л., Бойко Д.И. Реформирование железнодорожного транспорта (стратегия преобразований в системе управления отраслью). Бизнес Информ. 2010. С. 48–50.
3. Дикань О.В. Теоретико-методологічні аспекти забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств залізничного транспорту: дис. ... докт. екон. наук; спец. 08.00.03. Харків, 2016. 478 с.
4. Ермолов Ю.А. Корпоративная система мотивации персонала и ее место в корпоративной культуре. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sistema-motivatsii-personala-i-ee-mesto-v-korporativnoy-kulture>.
5. Ермолов Ю.А. Корпоративная культура предприятия как ресурс и инструмент управления мотивацией персонала. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-predpriyatiya-kak-resurs-i-instrument-upravleniya-motivatsiey-personala>.
6. Калініченко Л.Л. Методологічний підхід до управління персоналом підприємств залізничного транспорту в умовах реформування галузі: монографія. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 382 с.
7. Компанієць В.В., Польова В.В. Управління трудовою поведінкою працівників підприємств залізничного транспорту (соціокультурні домінанти): монографія. Харків: Лідер, 2016. 298 с.
8. Мельникова Е.П., Боднар Т.В. Формирование и совершенствование мотивационного механизма управления персоналом. URL: <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/24728/1/Melnikova%20O.P.pdf>.
9. Пархоменко Ю.Ю. Управління трудовим потенціалом залізничних підприємств: теоретичні основи. Проблеми економіки України. 2013. Вип. 6. С. 36–43.
10. 4 типи корпоративних цінностей, які працюють. URL: <http://staff-capital.com/uk/articles/4-typy-korporativnyh-tzinnoстей-z-prikladamy.html>.
11. Стратегія розвитку ПАТ «Укрзалізниця» на 2017–2021 роки. URL: <https://www.uz.gov.ua/files/file/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf>.

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

В статье определены основные требования к мотивационному механизму развития трудового потенциала предприятий железнодорожного транспорта. Обоснована целесообразность формирования культурно-мотивационного механизма, разработана система базовых ценностей ПАО «Украинская железная дорога», которые делятся на корпоративные ценности, морально-этические ценности и нормы поведения работников, ценности и нормы, которые определяют стиль руководства, формы и методы управления. Сформирован культурно-мотивационный механизм развития трудового потенциала предприятий железнодорожного транспорта.

Ключевые слова: предприятия железнодорожного транспорта, мотивация, ценности, корпоративная культура, трудовой потенциал.

FORMATION OF CULTURAL AND MOTIVATION MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF LABOR POTENTIAL OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES

The article defines the main requirements for the motivational mechanism for the development of the labor potential of enterprises of railway transport. The expediency of forming a cultural and motivational mechanism was substantiated, the system of basic values of PJSC "Ukrainian Railway" was developed, which are divided into corporate values, moral and ethical values and norms of employees' behavior and values and norms that determine the style of management, forms and methods of management. A cultural and motivational mechanism for the development of the labor potential of enterprises of railway transport has been formed.

Key words: railway transport enterprises, motivation, values, corporate culture, labor potential.

Григор'єва Ю.А.

аспірант,

Одеський національний політехнічний університет,

керівник відділу маркетингу та реклами

ДП «АВТОТРЕЙДІНГ-ОДЕСА»

ОПТИМІЗАЦІЯ МЕДІАВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ АВТОМОБІЛІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕФЕКТИВНОГО ВИБОРУ РАДІОСТАНЦІЙ ДЛЯ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТУ

У статті досліджено питання поведінки споживачів автомобілів для ефективного вибору радіостанцій для розміщення рекламного контенту, що дасть змогу оптимізувати маркетингову стратегію для збільшення споживчого попиту. Автомобільні компанії на етапі медіапланування стикаються з проблемою вибору радіостанції для розміщення реклами, яка дасть їм максимальний ефект. Дані незалежних досліджень не завжди відображають реальність ринку. Дані власних досліджень показали переваги споживачів автомобілів по відношенню до каналів комунікації, які проводилися шляхом опитування та реєстрації, підтвердили, що радіо є другим після діджитал каналом комунікації і користується великою популярністю серед споживачів автомобілів, а також допомогли виявити закономірності вибору радіостанцій залежності від таких факторів, як, зокрема, бренд і стать.

Ключові слова: поведінка споживачів, автомобілебудівні підприємства, маркетингові дослідження споживачів, психологія споживачів, рейтинг радіостанцій, вибір медіаканала.

Вступ. Автомобільні компанії як на рівні виробників та імпортерів, так і на рівні дилерських центрів з реалізації авто на етапі медіапланування стикаються з проблемою вибору радіостанції, розміщення реклами на якій дасть максимальний ефект. Рейтинги радіостанцій проводяться регулярно незалежними дослідницькими компаніями, але мають суперечливу та іноді навіть протилежну інформацію, не відображають цілісної картини, необхідної для прийняття рішення щодо вибору оптимальної радіостанції, що обумовлює необхідність додаткових досліджень цієї галузі. Також вагомими факторами, що обумовлюють необхідність досліджень вподобань споживачів автомобілів є нестача даних про вибір радіостанції саме цільовою аудиторією автомобілістів та недолік радіо як медіаканалу через неможливість таргетувати рекламу, як у пошукових системах чи соціальних мережах.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідженню та аналізу автомобілебудівної галузі України присвячені наукові праці таких вчених, як, зокрема, О. Кузьмін, М. Окландер, Я. Олійник, М. Пістун, О. Стернюк, О. Янковий, О. Яшкіна, Я. Тимохіна, І. Златова.

Дослідження, присвячені впливу музики на поживчу поведінку, проводилися з середини ХХ століття, проте вони були нечисленними [1]. Проблематика радіо як каналу комунікації розглянута в працях таких науковців, як, зокрема, М. Василенко, О. Голік, А. Івашук, В. Карпенко, В. Лизанчук, І. Лубкович, А. Чічановський.

Узагальнюючи основні положення, висвітлені в роботах вищезазначених авторів, можемо підкреслити підвищення інтересу до використання можливостей, що надаються для сучасного радіо цифровими технологіями:

- присутність у соціальних мережах;
- керування групами лояльних слухачів;
- нові підходи до створення контенту;
- онлайн-дослідження поведінки аудиторії.

На наш погляд, ці висновки цікаві, але загальні. Для ефективного впливу на цільову аудиторію, а саме споживачів автомобілів, важливо виявити, які радіостанції популярні безпосередньо серед автомобілістів, і саме на цих радіоканалах розмішувати рекламу.

Проведений аналіз цієї предметної галузі дав можливість поглибленого вивчення питань вибору радіостанції для найбільш ефективного охоплення цільової аудиторії.

Мета статті полягає у вивченні вподобань власників автомобілів щодо вибору радіостанцій та визначенні напрямів медіавпливу на них, зокрема за допомогою радіо як каналу комунікацій.

Викладення основного матеріалу. Сучасні дослідження дають змогу зробити висновок, що найбільш дієвими каналами комунікацій сьогодні залишаються діджитал та радіо.

У діаграмах на рис. 1 зображено розподіл інвестицій автомобільних брендів по двох найбільш популярних медіа-каналах, таких як діджитал та радіо.

На прикладі наведених діаграм ми бачимо, що сьогодні провідні автомобільні компанії інвестують

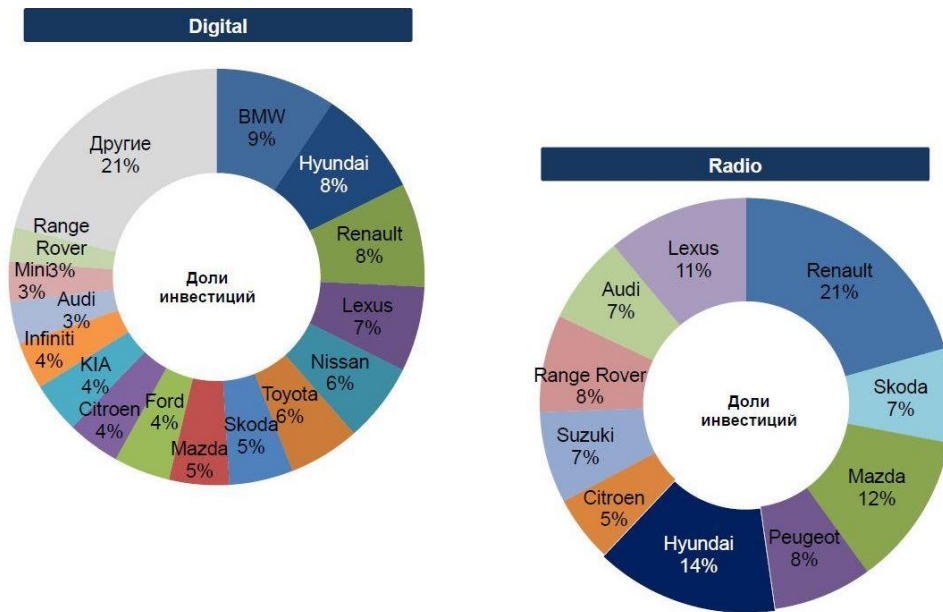


Рис. 1. Інвестиції автомобільних брендів по медіаканалах

у ці медіаканали. Найбільший відсоток інвестицій у діджитал здійснюють «BMW», «Hyundai», «Renault», у радіо – «Renault», «Hyundai», «Mazda», «Lexus».

Радіо впродовж багатьох років залишається одним з найефективніших медіаканалів впливу на цільову аудиторію автомобілістів. Згідно з даними міжгалузевого індустріального об'єднання «Радіокомітет» у містах України з населенням понад 50 000 осіб хоча б 1 раз упродовж доби контактує з радіо в автомобілі 31% чоловіків, серед жінок цей показник становить 15% [2].

До переваг радіо як каналу комунікацій можна віднести:

- можливість охоплення певних сегментів аудиторії в будь-який час доби за допомогою спеціалізованих програм;
- те, що використання голосу, зміна його тембру, підкріплення відповідною до мети звернення музикою, звукові ефекти є нейромаркетинговими інструментами впливу на споживачів, а також посилюють вплив рекламного посилу;
- найкоротший термін підготовки реклами;
- те, що інформація може досягти свого адресата в автомобілі, вдома, на роботі, на відпочинку тощо;
- доступність внесення корективів у текст реклами, звучання в ефірі.

З недоліків можна виділити такі.

1) Неможливість таргетувати рекламу за ознаками цільової аудиторії, як це дають змогу пошукові системи чи соціальні мережі, зокрема за віком, інтересами, рівнем доходу. Деякі всеукраїнські радіостанції дають можливість таргетувати рекламу за географічним показником за допомогою регіональних вставок, але цього недостатньо для цільового впливу на свій сегмент.

2) За рахунок стислості звучання реклами вона може бути пропущена й забута, тому виникає необхідність часто повторювати інформацію.

3) Відсутність зорового образу, на відміну від інших каналів комунікації.

4) Перевантаженість радіоефіру рекламою.

5) Складності під час планування у зв'язку з конкуренцією серед рекламодавців, що бажають розміщатися у прайм-тайм та рейтингових передачах.

Автомобільні компанії як на рівні виробників та імпортерів, так і на рівні дилерських центрів на етапі медіапланування стикаються з проблемою вибору радіостанції, розміщення реклами на якій дасть максимальний ефект.

Рейтинги радіостанцій проводяться регулярно незалежними дослідницькими компаніями, найвідомішими з яких є «GfK», «Radiobiz».

Згідно з даними дослідження на замовлення міжгалузевого промислового об'єднання «Радіокомітет» дослідницька компанія «Kantar TNS в Україні», що проводилося в кінці 2017 року, лідерами в радіоефірі залишилися «Хіт FM», «Радіо п'ятниця», «Шансон». Про це говорять дані четвертої хвили дослідження. Опитування проводилося з 2 жовтня по 10 грудня 2017 року. Участь у ньому взяли жителі України в містах з населенням більше 50 тис. осіб віком від 12 до 65 років. Вибірка склала 8 455 респондентів.

Загалом в загальнонаціональному рейтингу п'ятірка лідерів радіостанцій залишається незмінною, а саме «Хіт FM», «Радіо п'ятниця», «Шансон», «Люкс FM», «Русское радио Україна». Саме ці радіостанції вмикали і слухали активно радіослухачі протягом 4 кварталу 2017 року згідно з даними цього дослідження.

«Радіо Релакс» і «Наше радіо» увійшло в ТОП-10 за рейтингом, як видно на рис. 2.

RADIO KOMITET		Universe (12-65)					
		W4'2017 02.10-10.12	W3'2017 26.06-01.10	W4'2016 29.09-04.12	Відмінність AQH% порівняно з попередньою третьою хвилиною 2017 (в процентних пунктах)	Відмінність AQH% порівняно з аналогічною четвертою хвилиною 2016 (в процентних пунктах)	Відмінність AQH% за місцем радіостанції в порівнянні з попередньою 3-ю хвилиною 2017
місце	AQH% (попередня назва gat%)	AQH% (попередня назва gat%)	AQH% (попередня назва gat%)				
1 Хіт FM	1,04	1,12	0,91	▼	-0,08	▲	0,13
2 Радіо Пятниця	0,87	0,77	0,70	▲	0,10	▲	0,16
3 Шансон	0,69	0,68	0,56	▲	0,01	▲	0,13
4 Люкс FM	0,66	0,67	0,71	▼	-0,01	▼	-0,05
5 Русское Радио Україна	0,55	0,60	0,61	▼	-0,06	▼	-0,06
6 Radio Roks	0,53	0,57	0,47	▼	-0,04	▲	0,06
7 Петро FM	0,52	0,55	0,53	▼	-0,03	▼	-0,01
8 Kiss FM	0,44	0,49	0,51	▼	-0,05	▼	-0,07
9 Радіо Relax	0,35	0,31	0,22	▲	0,04	▲	0,12
10 Наше радіо	0,34	0,37	0,39	▼	-0,04	▼	-0,05

Рис. 2. Рейтинг TNS 2017 (добова аудиторія) [2]

Слід зазначити, що, згідно з даними дослідження, кількість українців, які слухають радіо, залишається досить високою, середньотижневе охоплення дорівнює 80%.

Рейтинг радіостанцій Одеси за результатами дослідження radioreklama.biz за той же період часу зображено на рис. 3 та демонструє добове охоплення. Участь у ньому взяли жителі м. Одеси.

Суточный охват	% от населения	в сотнях чел	в абсол. Значениях
	rch% {Av(Wg)}	rch# {Av(Wg)}	
Total Radio	57,65	4 412,42	441 242
Хіт FM	13,12	1 004,25	100 425
Kiss FM	10,56	808,64	80 864
Наше Радіо	9,64	737,57	73 757
Радіо Пятниця	9,18	702,96	70 296
Еуропа Plus	8,38	641,75	64 175
Петро FM	8,34	638,66	63 866
Радіо Шансон	7,75	593,54	59 354
Радіо ROKS	7,42	567,88	56 788
Русское Радио	6,80	520,42	52 042
Авторадіо	5,70	436,28	43 628
Люкс FM	4,54	347,24	34 724
Радіо 24	3,74	286,61	28 661
Радіо Мелоді	2,67	204,28	20 428
Любимое радіо	1,92	147,34	14 734
DJFM	0,18	13,72	1 372
Lounge FM	0,17	13,07	1 307

Рис. 3. Добовий рейтинг радіостанцій за даними 2017 року [6]

Як показують вищезазначені дані, рейтинги радіостанцій незалежних дослідницьких компаній мають суперечливу, а іноді навіть протилежну інформацію, що обумовлює необхідність додаткових досліджень цієї галузі. В рамках дослідження вподобань споживачів продукції автомобілебудівних підприємств, що проводилося нами з метою визначення інструментів впливу на споживчу поведінку та визначення факторів,

що впливають на рішення про покупку авто, визначено найбільш популярні серед споживачів продукції автомобілебудівних підприємств види реклами та схильність до тих чи інших радіостанцій за даними, наданими респондентами під час анкетування.

Застосовувався описовий метод дослідження (приватне опитування шляхом анкетування, тривалість кожного з яких складала 3–5 хвилин). Дослідження дало змогу виявити систему переваг, на які орієнтується цільовий ринок споживачів автомобілів. Цільовою аудиторією є потенційні споживачі нових автомобілів, що мають власну автівку (придбану новою або вживаною). Анкетування проводилося під час фестивалю на території Одеського Морського Вокзалу за адресою вул. Приморська, 6, в автосалоні “Honda” за адресою вул. М. Грушевського, 15а, в автосалоні “Hyundai” за адресою 6-й км Овідіопольської дороги 10/2, в автосалоні “Skoda” за адресою 6-й км Овідіопольської дороги 10/2, в автосалоні “Suzuki” за адресою 6-й км Овідіопольської дороги 10/2. Вибірка була випадковою. Для маркетингових досліджень автомобілебудівних підприємств рекомендується методика формування вибірки в маркетингових дослідженнях машинобудівних підприємств, що розроблена О. Янковим, з урахуванням специфіки ринку з боку наявності сегментування та диференціації споживачів залежно від ступеня достовірності інформації про них [1, с. 173].

Тестування анкети проведено на 350 респондентах. Питання про джерела інформації поставлені для отримання даних щодо найбільш ефективних каналів комунікацій стосовно споживачів визначеної групи товарів та врахування під час медіапланування в рамках рекламних кампаній дилерських мереж та ефективної маркетингової політики комунікацій автомобілебудівних підприємств України, для комплексного впливу на споживачів за допомогою маркетингових інструментів. Згідно з результатами дослідження найбільш популярним каналом комунікації серед власників автомобілів є Інтернет, друге місце посідає радіо, третє – зовнішня реклама, а четверте – телебачення.

В анкеті дослідження поставлено запитання для визначення вподобань цільової аудиторії щодо радіостанцій. Відповіді розподілилися таким чином: 48% вибрали «Просто радіо», 14% – «Радио Рокс», 13% – «Хит фм», 9% – «Русское радио», 8% – «Европа плюс», по 7,5% – «Народное радио» и «Радио фил», 4% – «Кисс фм», 3% – «Наше радио».

Для більш детального аналізування вподобань та виключення факторів неправдивості відповідей на питання анкет із суб'єктивних причин чи готовності спостережуваного об'єкта повідомляти інформацію прийнято рішення про проведення додаткового діагностичного дослідження, джерелом отримання маркетингової інформації в якому стала реєстрація.

Методами збору інформації є польові дослідження, дескриптивний метод (реєстрація даних радіоприймачів клієнтів та занесення даних в анкету працівником сервісного центру «Автотрейдинг-Одеса» за адресою 6-й км Овідіопольської дороги 10/2.)

Вибірка була випадковою, були опитані респонденти, чий автомобіль знаходився на території сервісного центру «Автотрейдинг-Одеса» за вищезазначеною адресою в період проведення дослідження.

В рамках дослідження опрацьовано 634 результати реєстрації приймачів власників автомобілів.

В ході дослідження зареєстровано 6 станцій, які запрограмовані на радіоприймачі власника автомобіля, що проходить сервісне обслуговування, окремо зареєстровано станцію, що включена на момент дослідження. Додатковими показниками для аналізу стали бренд, вік авто, стать власника.

Результати дослідження зображені на рис. 4–10.

Як видно на рис. 4, серед автомобілістів найбільш популярною є радіостанція «Просто радіо», якій віддають перевагу 269 респондентів. Друге місце в рейтингу розділили «Kiss FM» та «Хит FM» (182 респон-

денти). Третє місце в рейтингу посіла радіостанція «Народное радио»(145 респондентів). На четвертому місці (142 респонденти) – «Радио Fill». Останнім серед п'ятірки найкращих (132 респонденти) стала радіостанція «FM1».

Також у десятку увійшли «Одесса-мама» (125), «Люкс FM» (123), «NRJ» (120), «Радио п'ятниця» (113), «Просто рок» (108).

Спираючись на дані дослідження, ми маємо підстави вважати найбільш ефективним розміщення реклами на каналах лідерів рейтингу.

Розглянемо більш докладно дані щодо вподобань споживачів конкретних автобрендів (рис. 5–7).

Згідно з даними, що зображені на рис. 5, ми можемо резюмувати схильність власників «Skoda» до радіостанцій «Просто радіо», «Хит FM», «Кисс FM», «Одесса-мама», «Наше радио».

Як видно на рис. 6, серед споживачів «Hyundai» лідирують «Просто радіо», «Хит FM», «Кисс FM», «Радио Максимум», «Народное радио».

Як видно на рис. 7, серед власників автомобілів «Suzuki» користуються популярністю такі радіостанції: «Просто радіо», «Хит FM», «Кисс FM», «Радио Філ», «Наше радио».

Наведені дані дають змогу зробити висновок, що вподобання споживачів різних брендів не співпадають, тому вважаємо необхідним проведення окремих досліджень за брендами. Також отримано дані, що характеризують переваги респондентів різного віку та статі.

Дані по фізичних особах, сегментованих за статтю, представлені на рис. 8 та 9, дані по юридичних особах – на рис. 10.

Сьогодні багато компаній вважають пріоритетним напрямом роботу з юридичними особами. Наступний крок нашого дослідження дає можливість зробити висновки щодо вподобань юридичних осіб.

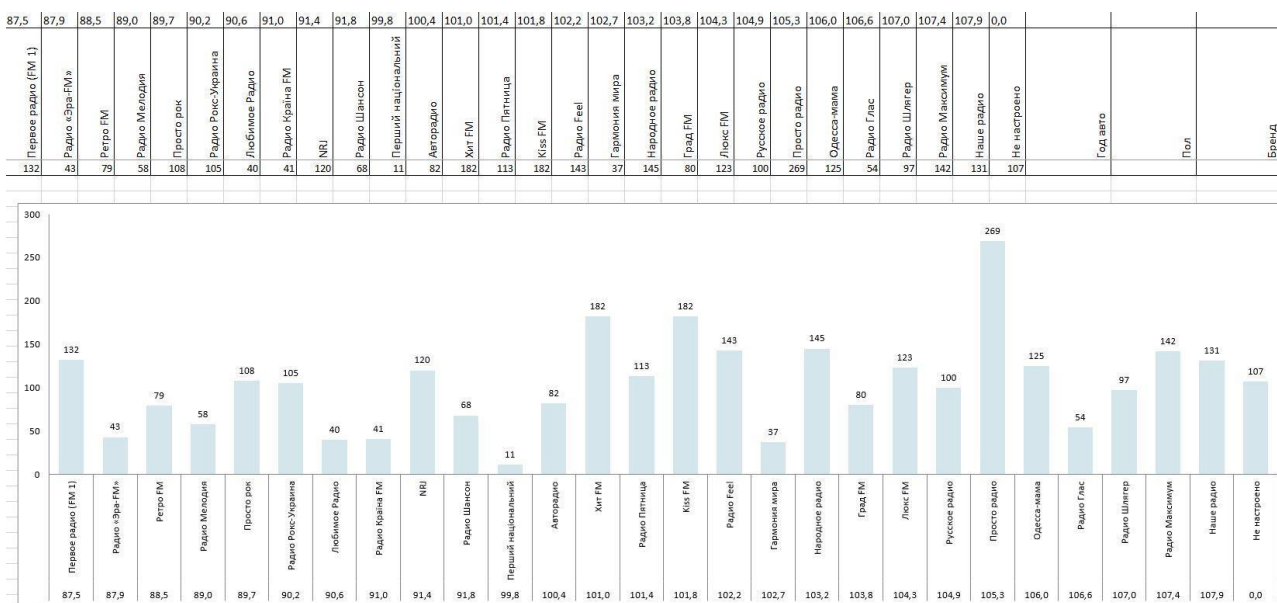


Рис. 4. Дані усіх респондентів

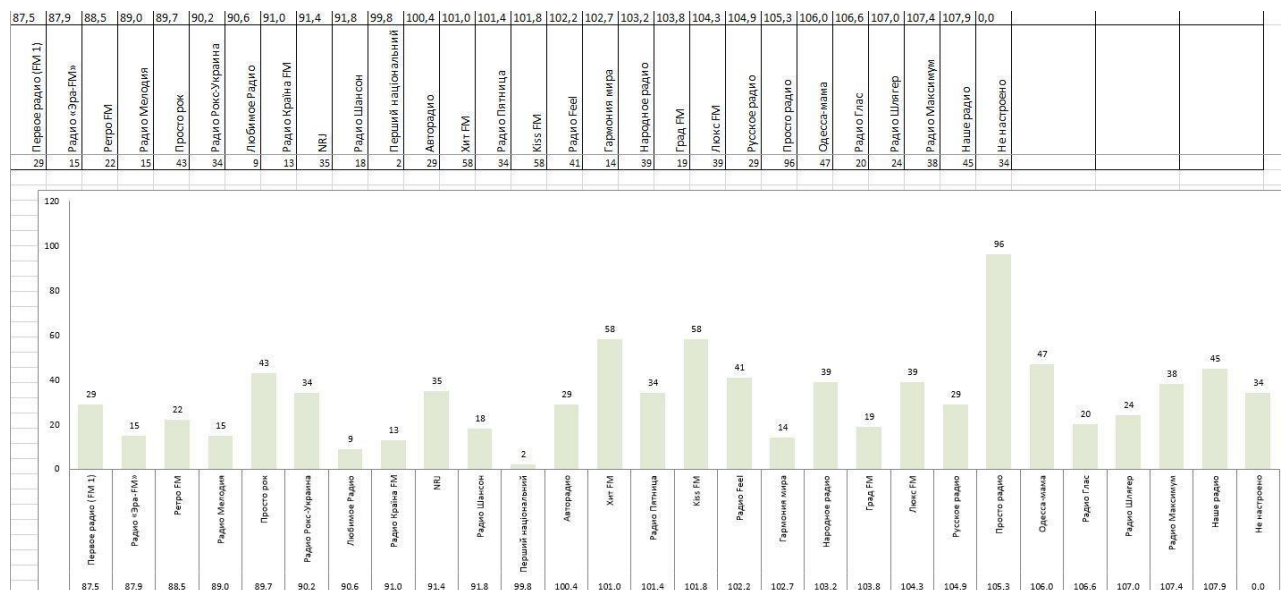


Рис. 5. Власники автомобілів “Skoda”

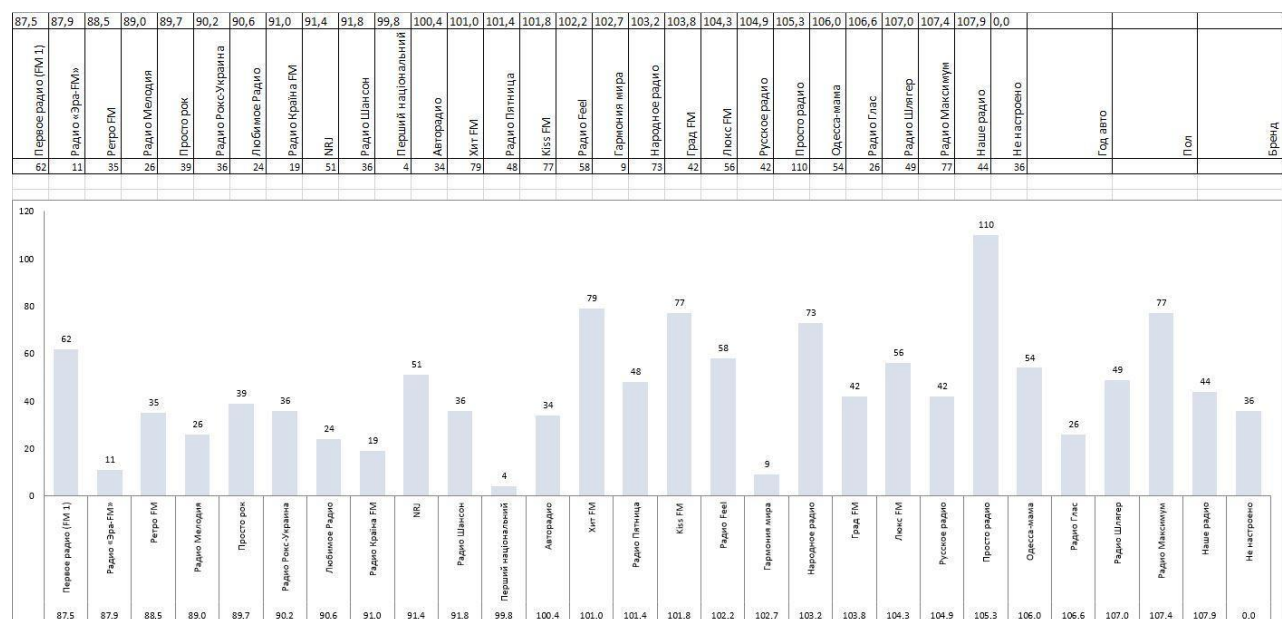


Рис. 6. Власники автомобілів “Hyundai”

Як видно на рис. 10, перше місце щодо вподобань юридичних осіб посідає радіокомпанія «Кісс ФМ», друге місце розділяють «Радіо п'ятниця» і «Просто радіо», третє місце – рівною мірою «Ретро ФМ», «Енерджи», «Хіт ФМ», «Радіо Максимум».

Висновки. Дані власних досліджень вподобань споживачів автомобілів щодо каналів комунікації, що були проведені шляхом опитування та реєстрації, підтвердили, що радіо є другим після діджитал за популярністю каналом комунікації та має велику популярність серед споживачів автомобілів, а також допомогли виявити закономірності щодо показників, таких як, зокрема, бренд і стаття, та вибору радіостанції, що допо-

можуть автомобільним компаніям вибрати оптимальну радіостанцію для впливу на цільову аудиторію.

Згідно з даними обох власних досліджень за загальним рейтингом лідирує «Просто радіо» (105,3).

Щодо інших радіостанцій, то дані двох досліджень мають певні розходження та уточнення стосовно індивідуальних характеристик, якісне дослідження методом реєстрації вважається більш точним, ніж опитування у зв'язку з виключенням факторів неправдивості відповідей на питання анкет з психологічних та інших суб'єктивних причин, тому вважаємо дані, отримані в ході цього дослідження, основними під час розроблення рекомендацій.

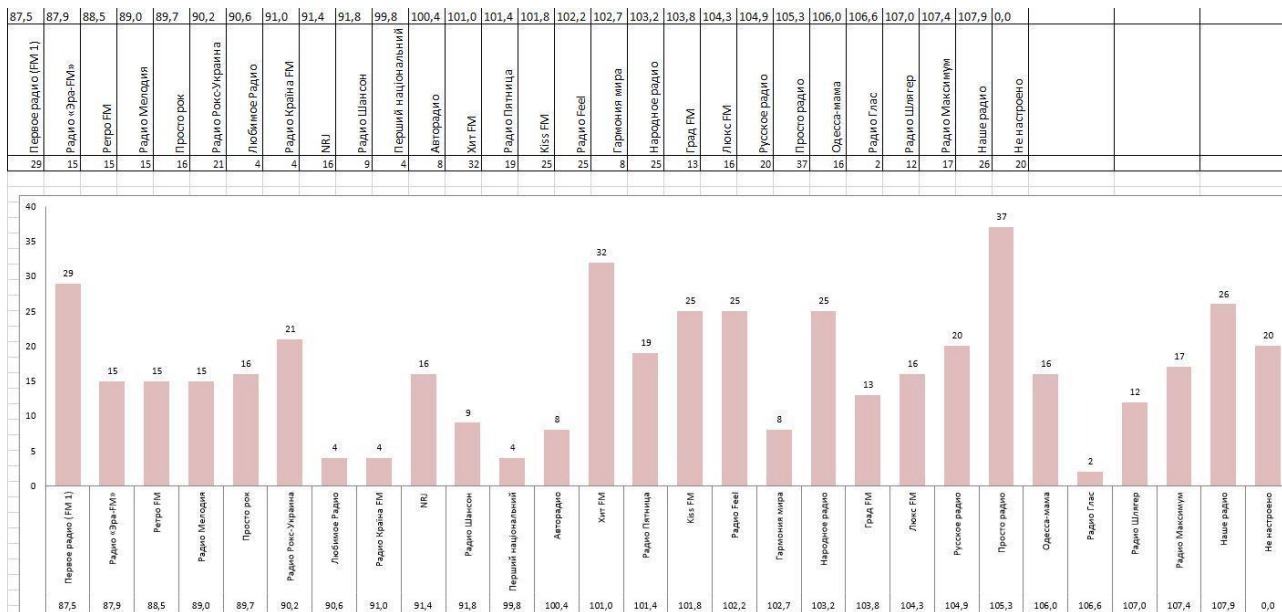


Рис. 7. Власники автомобілів “Suzuki”



Рис. 8. Жінки

Друге місце загального рейтингу розділили «Хіт fm» (101,0) та «Kiss fm» (101,8), на третьому місці – «Народне радіо» (103,2), на четвертому – «Радіо філ» (102,2).

У користувачів “Suzuki” більшою популярністю поряд з «Просто радіо» (105,3) користується «Хіт fm» (101,0); у юридичних осіб – “Kiss fm” (101,8).

«Хіт fm» (101,0) – популярна станція серед жіночої аудиторії.

Згідно з результатами дослідження рекомендована рекламна кампанія на відповідних радіостанціях, а саме «Хіт fm» і «Kiss fm», дилерського центру

“Suzuki” у м Одесі (в підтримку раніше запланованого медіаплану начиток у новинах на «Просто радіо» у травні 2018 року), що була реалізована в червні 2018 року.

Результати оцінювання ефективності цієї кампанії впливатимуть на подальший хід медіапланування рекламної активності на радіо вищезазначеного бренду. Результати дослідження надані у формі рекомендацій дилерським центрам “Hyundai” та “Skoda Автотрейдинг” у м. Одесі, що відноситься до ПАТ «Єврокар», що є одним з основних автомобілебудівних підприємств України.

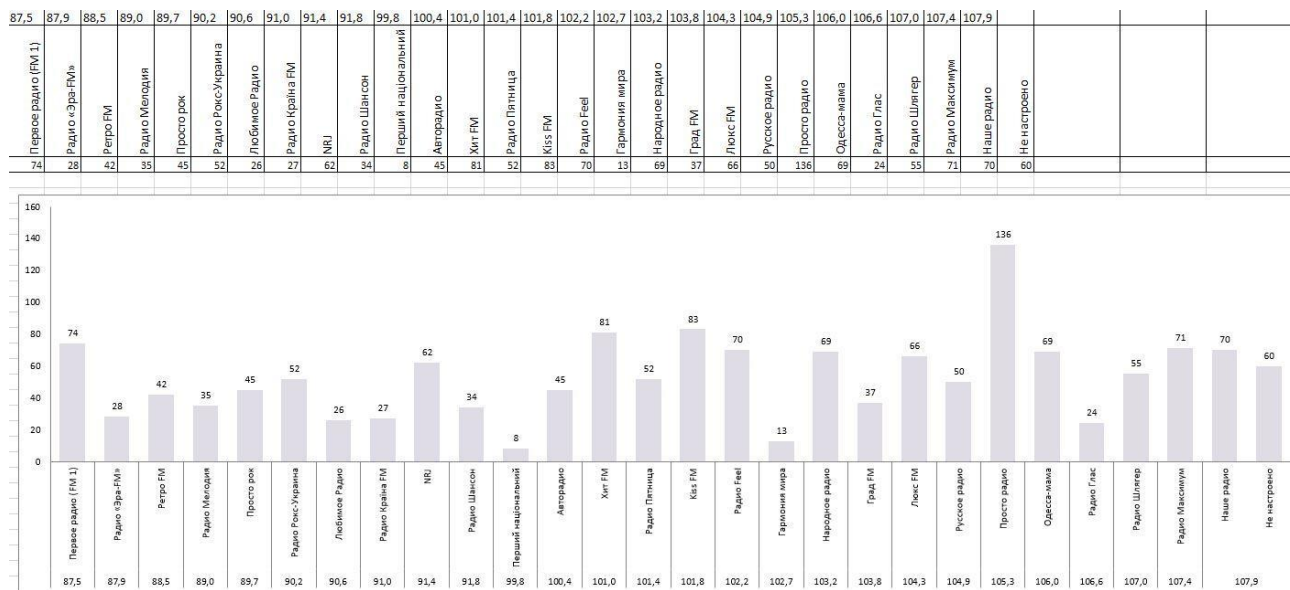


Рис. 9. Чоловіки

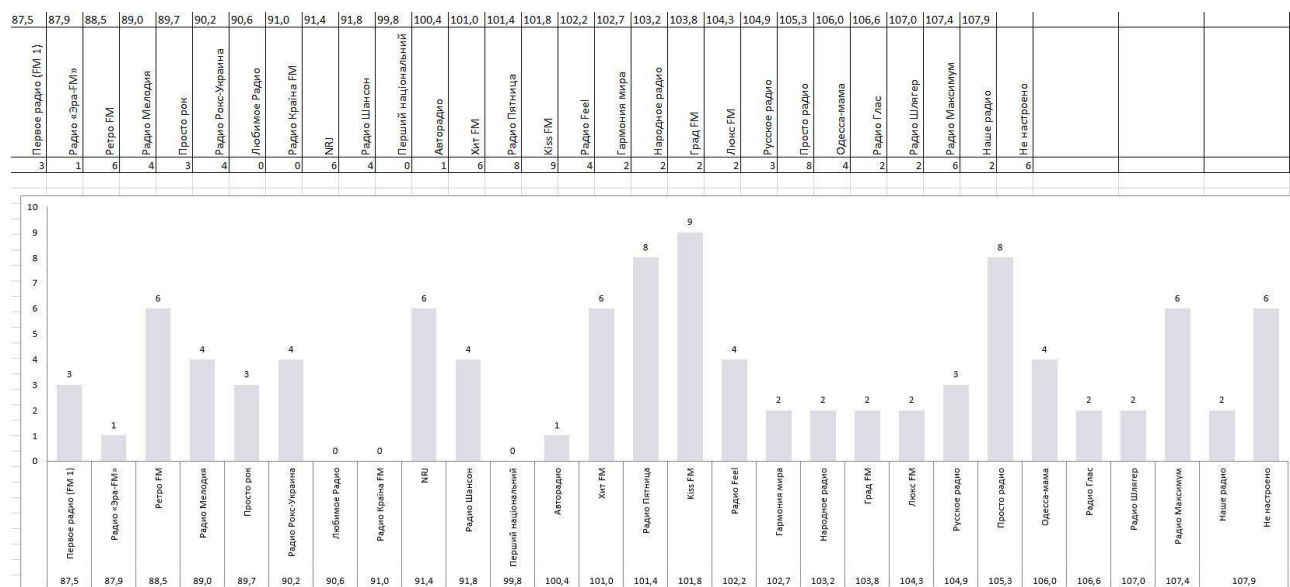


Рис. 10. Юридичні особи

Список літератури:

1. Янковий О. Формування вибірки в маркетингових дослідженнях машинобудівних підприємств. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. Вип. 2 (53). С. 173–179.
2. Дослідження компанії "GfK" на замовлення міжгалузевого індустріального об'єднання «Радіокомітет». URL: <http://nam.org.ua/news/novini-nam22/radio-dlya-tih-hto-za-kermom35>.
3. Ассоциация автопроизводителей Украины «Укравтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua>.
4. Григор'єва Ю. Сегментування ринку покупців вітчизняних автомобілів та визначення напрямів медіавпливу на них. Бізнес Інформ. 2018. Квітень.
5. Продающая реклама на радио: о чем надо знать и помнить. URL: <http://www.elitarium.ru/radioreklama-reklama-na-radio-audioreklama-radiostancii-rejting-segment-slushateli-mediaplanirovanie>.
6. Государственная служба статистики Украины. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ С ПОМОЩЬЮ ЭФФЕКТИВНОГО ВЫБОРА РАДИОСТАНЦИЙ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТА

В статье исследован вопрос поведения потребителей автомобилей для эффективного выбора радиостанций для размещения рекламного контента, что позволит оптимизировать маркетинговую стратегию для увеличения потребительского спроса. Автомобильные компании на этапе медиапланирования сталкиваются с проблемой выбора радиостанции для размещения рекламы, которая даст им максимальный эффект. Данные независимых исследований не всегда отображают реалии рынка. Данные собственных исследований показали преимущества потребителей автомобилей по отношению к каналам коммуникации, которые проводились путем опроса и регистрации, подтвердили, что радио является вторым после диджитал каналом коммуникации и пользуется большой популярностью среди потребителей автомобилей, а также помогли выявить закономерности выбора радиостанций в зависимости от таких факторов, как, в частности, бренд и пол.

Ключевые слова: поведение потребителей, автомобилестроительные предприятия, маркетинговые исследования потребителей, психология потребителей, рейтинг радиостанций, выбор медиаканала.

OPTIMIZATION OF MEDIA INFLUENCE ON CAR USERS BY EFFECTIVELY SELECTING RADIO STATIONS FOR PROMOTIONAL CONTENT PLACEMENT

There are studied questions of marketing research of consumer behavior, for effectively selecting radio stations for promotional content placement. It improved marketing strategies and new approaches to the client in the current conditions to attract and increase consumer demand. Automobile companies on the stage of media planning run into the problem of choice of the radio station, placing of advertisement on which will give them maximal effect. Data of own researches of tastes of car consumers in relation to the channels of communication, that were conducted by questioning and registration confirmed, that radio is the second then digital channel of communications. It has large popularity among the consumers of cars and helped to reduce conformities relation to indexes, such as a brand, sex etc. and to the choice the radio stations that will help auto companies to choose the optimal station for influence on a target audience.

Key words: consumer behavior, car manufacturing enterprises, consumer marketing research, consumer psychology, rating of radio stations, media channel choice.

УДК 658.8:659.11

Дейнега І.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Рівненський державний гуманітарний університет

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БРЕНД-КОДУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розглянуто поняття бренда та його складові. Визначено принципи відмінності освітнього бренда. Ідентифіковано чотири виміри бренду закладу вищої освіти. Проаналізовано бренд Рівненського державного гуманітарного університету, порівняно його характеристики з брендами інших закладів вищої освіти регіону. Сформовано рекомендації щодо нарощення сили бренду вітчизняного закладу вищої освіти.

Ключові слова: бренд, бренд закладу вищої освіти, виміри бренду, бренд-код, сила бренду закладу вищої освіти.

Вступ. Євроінтеграційні перспективи України, глобалізація її економіки, підвищення інтенсивності конкуренції на ринку освітніх послуг, поступове від-

сторонення держави від безпосереднього втручання в управління діяльністю освітніх організацій тощо сприяли тому, що перед усіма учасниками освітнього

ринку актуалізувалося завдання їх самоідентифікації, що дало б змогу підвищити впізнання закладів освіти серед потенційних клієнтів. Універсальним інструментом, який дає змогу підвищити рівень поінформованості цільової аудиторії про освітню організацію та продукти, які вона створює, є бренд. Найбільш важливим процесом управління брендами є для закладів вищої освіти (ЗВО), проте їх більшість не використовує цей вагомий маркетинговий засіб впливу на конкурентоздатність організацій у власній діяльності.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблематика управління брендами отримала достатнє висвітлення в цілій низці праць переважно закордонних вчених, а саме в роботах Д. Аакера, Дж. Еванса, П. Дойля, Ж.-Ж. Ламбена, Т. Амблера, К. Келлера, Д. Хайя, І. Еллвуда. Останнім часом питання бренд-менеджменту почали розглядатися й у роботах українських авторів. Серед тих, хто здійснив найбільший теоретичний внесок у їх розроблення, відзначилися Л. Ліпич, С. Ковальчук, Є. Крикавський, С. Ілляшенко, М. Окландер, Н. Чухрай.

Проте дослідження впливу бренду на лояльність споживачів послуг вищої школи є недостатньо вивченим. Є дані досліджень закордонних авторів, присвячених деяким окремим аспектам цього питання. Зокрема, Ч. Денніс оцінював вплив ідентичності бренду ЗВО, його значущості та іміджу на формування прихильності, зобов'язань, довіри та загальної задоволеності з точки зору студентів та випускників [1]; М. Гой обґрунтовував критерії для побудови шкали оцінювання ідентичності бренду ЗВО [2]; О. Неретіна з колегами вивчала взаємозв'язок іміджу й бренду ЗВО [3]; М. Мурад аналізував заходи, що можуть бути спрямовані на покращення іміджу бренду ЗВО [4].

Мета статті полягає у визначенні складових, що формують бренд ЗВО, та формуванні пропозицій щодо їх покращення.

Викладення основного матеріалу. Бренд – це насамперед не юридичний, а маркетинговий термін, що має досить широке значення. Він включає сукупність рішень фахівців організації та експертів із реклами та брендингу, які націлені на формування у споживача набору позитивних асоціацій щодо товару або організації. В результаті їх ефективної взаємодії формується бренд, тобто ім'я чи той звуковий сигнал, на основі сприйняття якого споживач підсвідомо вибудовує у своїй уяві комплекс вражень і відношень до самої марки, організації та продуктів її діяльності.

Бренд є не тільки товарним знаком, що складається з назви, графічного зображення (логотипу) та звукових символів підприємства чи товару. Це поняття більш широке, оскільки до нього додаються товар з усіма його характеристиками, набір характеристик, очікувань, асоціацій, що сприймаються користувачем і приписуються ним товару (імідж товару, brand-image), інформація про споживача й обіцянки якихось переваг, надані автором бренду споживачам, тобто той зміст, що складають у нього самі творці [5, с. 142].

Товарний знак стає брендом не тільки завдяки якісним характеристикам товару, їх візуалізації, але й завдяки реалізації грамотної маркетингової та рекламної політики, драйвером якої стає продумана комунікаційна платформа, в основі якої лежать концепція бренду, аналіз конкурентних зусиль, маркетингова оцінка ситуації та творча (креативна) ідея просування. Бренд є носієм іміджу товару або підприємства [6, с. 324].

Д. Аакер вважає, що бренд має складатися з більш ніж 10 елементів, які підпадають під чотири перспективи:

- 1) продукт (обсяг, атрибути, якість чи цінність, що враховують специфіку цільової аудиторії та країни походження);
- 2) організація (організаційні атрибути й локальні розробки, що порівнюються з глобальною діяльністю);
- 3) людина (індивідуальність бренду й клієнт-бренд відносин);
- 4) бренд як символ (аудіо- та візуальні образи, метафоричні символи та бренд-спадщина) [7].

Значення бренду в освітній сфері теж має бути спрямоване перш за все на формування оригінального образу організації. Як вважають окремі науковці, основною метою брендингу для ЗВО є «індивідуалізація пропонованого продукту або освітньої послуги на ринку та сприяння споживачам в ідентифікації її як чогось відмінного від інших, кращого, особливого, унікального, неповторного» [3].

Серед основних підходів до ідентифікування сутності поняття «бренд» та визначення його цінності варто виділити підхід бренд-кодування Т. Геда, згідно з яким бренд має чотири виміри, а саме функціональний (сприйняття корисності продукту або послуги, що асоціюється з брендом); соціальний (здатність ідентифікувати себе з певною суспільною групою); духовний (глобальна або локальна відповідальність; духовні цінності, що розділяються брендом та його споживачами); ментальний (здатність підтримувати людину).

Цінність бренду освітнього закладу формується під впливом комплексного оцінювання унікальних властивостей продуктів освітньої діяльності та особистих висновків покупців (споживачів) освітніх послуг, а також може визначатися шляхом оцінювання вигід від придбання брендованого продукту. Для кожного фрагмента освітнього ринку перелік вигід буде дещо різнитися (рис. 1).

На вибір споживачів послуг закладів освіти найбільше впливає бренд ЗВО, адже майже нівелюється віддаленість від місця проживання, що дає змогу значно розширювати географічні межі цільової аудиторії. Споживач послуги часто стає її безпосереднім покупцем, що значно спрощує проблему ідентифікації потреб споживача та їх задоволення.

Оцінювання функціонального виміру бренду Рівненського державного гуманітарного університету (РДГУ) здійснимо через дослідження його фізичних характеристик, смаку, стилю, ефективності. Значення функціонального виміру також залежить від положення бренду на кривій його життєвого циклу. Чим ближче до

Функціональний	Соціальний
1) Можливість працевлаштування на високооплачувану та (або) статусну роботу; 2) можливість кар'єрного росту.	1) Підвищення статусу в суспільстві; 2) доступ до соціальних груп зі схожими професійними інтересами та (або) соціальним становищем.
Ментальний	Духовний
1) Саморозвиток, самореалізація; 2) формування власної світоглядної позиції, пошук власного «я»; 3) формування професійних компетенцій.	Підвищення рівня інтелектуалізації суспільства веде до підвищення конкурентоздатності національної економіки.

Рис. 1. Брендинг-код ЗВО

Джерело: власне напрацювання

її початку, тим важливіше функціональні характеристики для визначення сенсу існування бренда, його ролі й корисності. Відносно тривалості розвитку університетських брендів зі світовим ім'ям РДГУ є молодим брендом, оскільки університет був створений недавно (1998 рік) на базі Рівненського державного педагогічного інституту, Рівненського державного інституту культури, Дубенського та Сарненського педагогічних коледжів, а також Рівненського музичного училища та Дубенського училища культури. Тому функціональний вимір бренда для РДГУ є важливим.

Основним завданням університету є підготовка висококваліфікованих фахівців у галузі педагогіки, музичного мистецтва, хореографії, психології, української та зарубіжної філології, інформатики, економіки, менеджменту, що підтверджується дипломом державного зразка. Основою функціонального виміру бренда РДГУ є високоякісна вища освіта, що ґрунтується на державних стандартах, підтверджена ліцензією та свідоцтвом про державну реєстрацію.

Навчання здійснюється на дев'яти факультетах, а саме психолого-природничому, педагогічному, художньо-педагогічному, математики та інформатики, фізико-технологічному, документальних комунікацій і менеджменту, історико-соціологічному, української філології, іноземної філології, а також в інституті мистецтв, причому психолого-природничий і педагогічний факультет об'єднані в інститут психології та педагогіки [8]. Такий поділ є логічним, адже охоплює спеціальності гуманітарного спрямування, що дає змогу абітурієнту чітко ідентифікувати концепцію бренда й напрями освітньої діяльності. Це стало однією з причин регіонального лідерства РДГУ у 2018 році серед ЗВО за кількістю поданих заяв (5 528). За якісними параметрами (співвідношення поданих заяв та ліцензійних місць) РДГУ посідає друге місце (1,94 людини на місце) [9].

Для підвищення достовірності дослідження унікальності університету необхідно порівняти виділені основні елементи з показниками найбільш відомих в місті й області ЗВО. З цією метою вибрано для порівняння два найбільш відомих в області державних ЗВО, а саме Національний університет водного господарства та природокористування (НУВГП) та НУ «Острозька академія».

Найбільш розгалуженим є перелік спеціальностей НУВГП. Підготовка бакалаврів здійснюється у шести

інститутах, що переважно здійснюють підготовку за декількома спеціальностями (Інститут автоматики, кібернетики та обчислювальної техніки (9 спеціальностей), Інститут агроєкології та землеустрою (6 спеціальностей), Інститут будівництва та архітектури (3 спеціальності), Інститут водного господарства та природооблаштування (6 спеціальностей), Інститут економіки та менеджменту (13 спеціальностей), Механічний інститут (5 спеціальностей), Інститут права (2 спеціальності), Інститут охорони здоров'я (1 спеціальність)) [10]. Недоліком такого підходу університету до формування ринкової пропозиції є те, що перелік спеціальностей, напрямів освітньої діяльності занадто диверсифікований, не всі спеціальності відповідають концепції бренда закладу, оскільки не мають відношення до водного господарства та природокористування (наприклад, фізична терапія, релігієзнавство, журналістика, психологія).

НУ «Острозька академія» структурно складається з чотирьох факультетів, а саме гуманітарного, романогерманських мов, політико-інформаційного менеджменту, міжнародних відносин та економічного, а також навчально-наукового інституту права [11]. Отже, цільові ринки НУ «Острозька академія» та РДГУ складаються з меншої кількості освітніх сегментів ринку. Перевага такого підходу полягає в тому, що цим ЗВО легше донести абітурієнтам інформацію про структуру освітньої пропозиції закладу, відповідно, простіше позиціонувати її на освітньому ринку.

Гарантом високого рівня якості освіти в РДГУ є професорсько-викладацький склад. Зі здобувачами вищої освіти РДГУ працює майже 600 висококваліфікованих викладачів, з яких 40% мають вчені ступені й звання, 4,2% становлять доктори наук, професори. Такий показник є третім у Рівненській області серед державних ЗВО. Наприклад, в НУВГП серед професорсько-викладацького складу 8,8% становлять доктори наук, 52,9% – викладачі зі вченими ступенями й званнями, а у НУ «Острозька академія» ці показники складають 19% і 60,5% відповідно. Такий рівень відносних показників обумовлений специфікою підготовки в РДГУ бакалаврів і магістрів унікальних спеціальностей, зокрема мистецького спрямування, де частка викладачів з науковими ступенями є найнижчою в університеті.

Згідно з даними інформаційного освітнього ресурсу «Освіта.уа» за 2018 рік РДГУ посідає 169 місце серед 237 ЗВО України. Як вихідні дані для складання консо-

лідованого рейтингу використані національні рейтинги ЗВО України, а саме «Топ-200 Україна», «Scopus» і «Бал ЗНО на контракт», кожен з яких використовує різні критерії оцінювання ЗВО [12]. НУ «Острозька академія» і НУВГП посідають 60 та 72 місця відповідно.

З метою ідентифікації ключових факторів, які впливають на формування рівня лояльності споживачів освітніх послуг ЗВО, у РДГУ на факультеті документальних комунікацій і менеджменту проведено експрес-опитування. На опитування винесено такі два питання: «Визначте рейтинг факторів, які впливали на вибір Вами ЗВО», «Які фактори, на Вашу думку, перш за все впливають на престиж ЗВО?». Враховуючи результати дослідження, найбільш пріоритетними можемо вважати заходи, вжиття яких забезпечить підвищення престижу ЗВО та збільшить ймовірність його вибору цільовою аудиторією, а саме підвищення рівня кваліфікації викладачів, розвиток наукової бази, розвиток міжнародних програм обміну студентів, тобто результати проведеного опитування студентів ще раз підтверджують важливість функціонального виміру бренда для РДГУ.

Сукупність перерахованих вище факторів створює образ університету як унікального продукту в галузі вищої освіти, що не має аналогів в місті й області. Однак на стан закладу все більше впливає проблема «стирання відмінностей». У зв'язку із затребуваністю фахівців у галузі економіки та менеджменту багато ЗВО прагнуть відкрити спеціальності, які є і в РДГУ. Це робить проблематичним створення бренду університету з використанням виключно функціонального виміру.

Соціальний вимір бренду відображає відносини між споживачами та тією соціальною групою, до якої вони хочуть належати. При цьому бренд виступає як потужний розпізнавальний інструмент. Згідно з результатами дослідження здобувачів вищої освіти РДГУ відрізняє від колег аналогічних спеціальностей інших ЗВО те, що вони є більш ерудованими в гуманітарних питаннях, а особливо таких, що стосуються історії, політології або іноземної мови. Це пов'язане з тим, що в університеті є окремі факультети, що професійним і ґрунтовним чином займаються підготовкою здобувачів вищої освіти саме з цих напрямів. Також відзначаються їх високий рівень культури і морально-етичний рівень, почуття причетності до категорії більш інтелегентних людей, високе почуття відповідальності не тільки за себе, але й за свою країну. Соціальний вимір бренду РДГУ є дуже високим. Конкурентом можна вважати НУ «Острозька академія», бренд якої завдяки національному статусу ЗВО та вагомім міжнародній підтримці меценатів теж включає суттєвий соціальний вимір.

Ментальний вимір за своєю природою є більш глибоким, оскільки враховує особистість споживача та стосується його сутнісної трансформації. Задоволення, яке вони отримують від володіння чимось особливим, відіграє важливу роль під час створення бренду, тому ментальний вимір має ґрунтуватися на особистому сприйнятті споживачем освітнього продукту. Цей вимір

хоча й має велике значення для освітньої сфери, проте часто ігнорується. З точки зору ментального виміру університет виступає як засіб, що дає здобувачу вищої освіти психологічний зразок для наслідування та допомагає впоратися з почуттям самотності і відчуження, властивим жителям міст. В рамках цього виміру першочергове значення має розмір ЗВО. З цієї точки зору РДГУ є одним з найбільших ЗВО у Рівненській області за кількості здобувачів вищої освіти більше 7 000 осіб. Майновий комплекс університету включає 4 навчальні корпуси, що обладнані спеціалізованими лабораторіями, 7 гуртожитків, 6 їдальнь, буфетів, 2 спортивних майданчики тощо. Отже, ментальний вимір РДГУ може стати потужною опорою для створення його бренду, однак цей вимір має не такий сильний вплив, як функціональний або соціальний.

Духовний вимір бренду відображає ту відповідальність, яку організація бере на себе перед суспільством за результати власної діяльності. Основою діяльності будь-якого ЗВО є надання освітніх послуг, а її місією – підготовка висококваліфікованих фахівців, і це те головне, за що вони відповідають перед суспільством. Проте він нині найменше розвинений у більшості організацій, які надають освітні послуги, через переважно недостатньо налагоджений їх зв'язок з ринком праці.

Духовний вимір РДГУ базується на зобов'язанні готувати кваліфікованих педагогів, філологів, політологів, соціологів, психологів, менеджерів, економістів. Те, що здобувачі вищої освіти, закінчивши РДГУ, переважно знаходять собі роботу за спеціальністю, є підтвердженням того, що бренд РДГУ має досить потужний духовний вимір. Отже, університет відповідає перед суспільством за те, хто буде навчати дітей та керувати нашим суспільством завтра.

Всі описані виміри бренду РДГУ формують загальну концепцію бренду університету, проте висока конкуренція на ринку вимагає створення сильного, спрямованого в майбутнє бренду. Для посилення позиції бренду РДГУ на освітньому ринку необхідно вжити низку заходів: 1) з метою пропонування унікальної освітньої пропозиції на ринку необхідно по кожній спеціальності розробити освітні програми, що виключали б дублювання спеціальностей принаймні у регіональному масштабі; 2) з урахуванням того, що корпоративна культура в університеті формується спонтанно, необхідно передбачити в структурі РДГУ службу, що займалася б її формуванням і розвитком, а також іміджем та підтримкою на високому рівні репутації РДГУ; 3) необхідно більш активно просувати у внутрішньому середовищі університету спілки й об'єднання, де можуть бути задіяні як здобувачі вищої освіти, так співробітники і викладачі, що дасть змогу посилити відчуття захищеності, причетності, важливості, що є невід'ємною складовою ментального виміру бренду.

Таким чином, основні вдосконалення будуть пов'язані з посиленням іміджу ЗВО, що повністю збігається з тенденціями, описаними закордонними експертами стосовно розвитку бренду ЗВО. М. Мурад та інші

науковців вважають, що університети повинні зосередити увагу на заходах, спрямованих на покращення іміджу бренда, а не на простому формуванні обізнаності, оскільки імідж бренда значно впливає на його рівень порівняно з поінформованістю [4]. Праці закордонних вчених також підтверджують ту обставину, що імідж бренда має більш сильний афективний, а не пізнавальний елемент. Отже, чим сильніше прихильність споживачів до освітньої організації, тим вище їх прихильність, рівень задоволення, тим сильніше її бренд.

Висновки. Цінності, що визначають бренд, повинні бути актуальними для цільової групи споживачів, оскільки вони реагують на них, приймаючи обґрунтоване рішення про придбання продуктів організації.

Для реалізації більш ефективного бренд-менеджменту доцільно розглядати бренд кожного освітнього закладу окремо, ідентифікуючи цінності або їх комплексне поєднання, що притаманні цьому закладу. Відповідна система цінностей не має містити подібних значущих якостей брендів конкурентів, тобто цінності бренда ЗВО повинні підкреслювати його індивідуальність. Саме це може забезпечити впізнання бренду ЗВО споживачами та підвищити його цінність.

Перспективне дослідження може бути спрямоване на вивчення ролі специфічних демографічних (наприклад, гендерних) та соціально-економічних (наприклад, доходів споживачів) характеристик у брендингу університетів у межах освітнього ринку всієї країни.

Список літератури:

1. Dennis Ch., Papagiannidis S., Alamanos El., Bourlakis M. The role of brand attachment strength in higher education. *Journal of Business Research*. 2016. Volume 69 (8). P. 3049–3057.
2. Goi M.T., Goi C.L., Wong D. Constructing a brand identity scale for higher education institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*. 2014. Volume 24 (1). P. 59–74.
3. Неретина Е., Гвоздецкая И., Корокошко Ю. Имидж и бренд вуза: взаимосвязь, особенности формирования и потенциал развития. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-brend-vuza-vzaimosvyaz-osobennosti-formirovaniya-i-potentsial-razvitiya>.
4. Mourad M., Ennew C., Kortam W. Branding equity in higher education. *Marketing Intelligence & Planning*. 2011. № 29 (4). P. 403–420.
5. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Патора Р. Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.
6. Маркетинг: підруч. для вищих навч. закладів / за ред. О. Азарян. Київ: НМЦВО МОІН України, НВФ «Студ-центр», 2003. 400 с.
7. Aaker D. *Building Strong Brands*. New York: Free Press. 1996. 400 p.
8. Офіційний сайт РДГУ. URL: <http://rshu.edu.ua/rsuh/fakultety-instituty-koledzhi>.
9. Острозька академія має найбільший конкурс серед університетів на Рівненщині. URL: <http://ogo.ua/articles/view/2018-08-07/94712.html>.
10. Офіційний сайт НУВГП. URL: <http://start.nuwm.edu.ua/perelik>.
11. Офіційний сайт НУ «Острозька академія». URL: <https://www.ou.edu.ua>.
12. Рейтинги вузов. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/42227>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БРЕНД-КОДИРОВКИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены понятие бренда и его составляющие. Определены принципиальные отличия образовательного бренда. Идентифицированы четыре измерения бренда учреждения высшего образования. Проанализирован бренд Ровенского государственного гуманитарного университета, сравнены его характеристики с брендами других высших учебных заведений региона. Сформированы рекомендации по наращиванию силы бренда отечественного заведения высшего образования.

Ключевые слова: бренд, бренд учреждения высшего образования, измерения бренда, бренд-код, сила бренда учреждения высшего образования.

METHODICAL ASPECTS OF BRAND CODING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The concept of a brand and its components are considered in the article. The basic differences of the educational brand are determined. Four dimensions of the brand of the institution of higher education have been identified. The brand of the Rivne State Humanitarian University is analyzed and its characteristics compared with the brands of other institutions of higher education in the region. The recommendations for increasing the strength of the brand of the domestic institution of higher education have been formed.

Key words: brand, brand of institution of higher education, brand dimensions, brand code, brand strength of institution of higher education.

Кожухівська Р.Б.

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

Парубок Н.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У статті визначено основні напрями формування організаційної структури менеджменту підприємств сфери гостинності. Зазначено, що організаційна структура управління підприємствами сфери гостинності спрямована на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими підрозділами підприємства, розподіл між ними прав та відповідальності. Визначено, проаналізовано основні показники системи менеджменту організаційної структури підприємств індустрії гостинності. Окреслено головні чинники, що впливають на організаційні зміни структури управління підприємствами сфери гостинності. Управління підприємствами сфери гостинності пропонується організувати із застосуванням командної форми організації діяльності. Резюмовано, що формування організаційної структури є головним показником ефективного організаційного перетворення. Завдяки вдосконаленню організаційної структури підприємств сфери гостинності можна вдосконалити виконання роботи на ній, а також досягти кращого економічного результату.

Ключові слова: сфера гостинності, менеджмент, структура управління, стратегія, організаційне перетворення, споживач.

Вступ. Індустрія гостинності – це складна багатофункціональна галузь, до якої здебільшого входить значна кількість підрозділів, що є основними для суміжних сфер діяльності. Це пов'язане з тим, що за своїм призначенням, окрім основної послуги, а саме надання послуг та харчування, сфера гостинності надає значну кількість додаткових послуг. Процес управління й виконання робіт в індустрії гостинності відбувається в рамках організаційної структури готелю, ресторану та іншого підприємства сфери гостинності.

Організаційна структура менеджменту підприємств сфери гостинності – це модель взаємин між посадовими особами підприємств індустрії гостинності та їх працівниками. Реформування організаційної структури є головним показником ефективного організаційного перетворення. Тому вдосконалення організаційної структури менеджменту підприємств сфери гостинності є нагальним питанням, що потребує розроблення інноваційних підходів та надання практичних пропозицій.

Аналіз останніх наукових досліджень. Теоретичні та практичні аспекти розроблення організаційної структури підприємств висвітлені в роботах таких науковців, як, зокрема, А.В. Балабаниць [1], Дж. Балмер [11], О.С. Булко [2], К.А. Галасюк [3], А.П. Гречан [6], І.М. Грищенко [6], М.П. Денисенко [6], А.М. Жемчугов [4; 5], М.К. Жемчугов [4; 5], А.В. Курочкін [7], Л.І. Михайлова [6], Н. Тейлора [9], І. Томсон [11],

Р.А. Фатхутдінова [8], Дж. Холлоуей [9], А. Яхтер [10]. Однак питання вдосконалення організаційної структури менеджменту підприємств сфери гостинності нині залишаються малодослідженими та потребують подальших теоретико-методологічних розвідок.

Огляд науково-теоретичної літератури дав змогу встановити, що проблемам управління підприємствами сфери гостинності приділяється недостатня увага. У статті доведено, що рівень розвитку підприємств сфери гостинності визначається загальним рівнем організації роботи на підприємстві. Зазначений факт підкреслює те, що формування організаційної структури менеджменту підприємств сфери гостинності потребує науково обґрунтованого та комплексного підходу з урахуванням особливостей цього напрямку діяльності. Вказане визначає актуальність, формує основне завдання й мету дослідження.

Мета статті полягає у визначенні основних напрямів формування організаційної структури менеджменту підприємств сфери гостинності.

Викладення основного матеріалу. Організаційна структура менеджменту підприємств сфери гостинності – це модель взаємин між посадами в компанії індустрії гостинності та між її працівниками.

Управління підприємством сфери гостинності – це процес планування, організації, мотивації й контролювання, необхідний для того, щоб сформулювати цілі та досягти їх [4, с. 6]. Складові менеджменту підприємств

індустрії гостинності значною мірою визначають загальний ринковий стан підприємства. Функція організації у сфері послуг стосується реалізації поставлених завдань, формування раціональної структури управління підприємством сфери гостинності, забезпечення операційного процесу трудовими, матеріальними, фінансовими та інформаційними ресурсами [7, с. 92]. Завдання керівника стосовно функції організації пов'язане з побудовою максимально ефективного бізнес-процесу [5, с. 59].

Першочерговим завданням удосконалення організаційної структури є визначення головних принципів, за якими повинна формуватися структура управління підприємством сфери гостинності. По-перше, структура має віддзеркалювати мету й завдання підприємства, тобто бути орієнтованою на надання послуг споживачам та задоволення зростаючих потреб. По-друге, структура повинна відповідати соціально-культурному середовищу сфери гостинності, оскільки ця відповідність має прямий вплив на рівень централізації або децентралізації, розподіл обов'язків, повноважень, відповідальності, ступеня самостійності та контролю керівників і менеджерів [2, с. 138].

Організаційна структура управління спрямована на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими підрозділами підприємства, розподіл між ними прав та відповідальності. В межах структури управління протікає весь управлінський процес, відбувається рух потоків інформації, ресурсів, ідей та прийняття управлінських рішень [3, с. 100]. Вона ж забезпечує і можливість взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем. Зміна стратегії підприємства, як правило, обумовлюється змінами в його зовнішньому оточенні й завжди приводить до певних змін організаційної структури управління [11, с. 16].

Організаційна структура управління повинна насамперед відображати цілі та завдання підприємства, отже, підпорядковуватися виробництву та його потребам [6, с. 92]. Тому моделі організаційних структур необхідно проектувати знизу доверху, створюючи спочатку основні виробничі, потім ремонтні допоміжні та обслуговуючі підрозділи, пристосовуючи до них систему управління. Також потрібно врахувати той факт, що стратегічні цілі підприємства є вихідним та найважливішим параметром організаційної структури управління. Невдачі багатьох підприємств пояснюються тим, що під час зміни цілей та пріоритетів під впливом мінливої ринкової кон'юнктури та конкуренції структура залишається незмінною, непристосованою до нових умов та цілей. Зрозуміло, що стара структура не зможе досягти нових цілей.

Формування організаційної структури управління потрібно пов'язувати також із визначенням повноважень та відповідальності кожного працівника й органу управління зі встановленням системи вертикальних та горизонтальних зв'язків між ними [10, с.133]. Виконання цієї вимоги покликане визначити показник опти-

мальності горизонтальних та вертикальних зв'язків в організаційній структурі управління.

Система менеджменту організаційної структури підприємств індустрії гостинності ґрунтується на таких показниках (рис. 1):

- рівень розвитку та стійкості міжфункціональних зв'язків;
- раціональність організаційної структури управління;
- відповідність функцій та обов'язків кожного структурного елементу;
- ступінь правильності визначення статусу управлінського підрозділу і посад;
- еластичність організаційної структури управління;
- керованість.

Показник рівня розвитку та стійкості міжфункціональних зв'язків показує, наскільки є узгодженою робота функціональних управлінських підрозділів між собою, наскільки їх завдання та цілі підпорядковані загальній меті розвитку підприємства, наскільки ефективні горизонтальні зв'язки в структурі управління.

Під час формування організаційної структури управління потрібно передбачати оптимальний розподіл праці між органами управління й окремими працівниками, який має забезпечити творчий характер роботи та нормальне навантаження, а також потрібну спеціалізацію. У зв'язку з цим показник спеціалізації управлінських підрозділів характеризує якість та повноту реалізації функцій управління, а отже, й оптимальність організаційної структури управління.

На раціональність організаційної структури управління суттєво впливає суміщення посад по вертикалі та горизонталі. Доцільність ефективності суміщення керівних посад описується в літературі, наприклад посади віце-президента компанії з посадою директора одного з філіалів [9 с.112]. Таке суміщення дає змогу скоротити кількість персоналу; підвищити продуктивність праці; глибше зрозуміти роль філіалу з точки зору інтересів всієї компанії; вирішувати питання на вищому рівні компанії в інтересах філіалу; підвищити компетентність вищого управлінського апарату за рахунок його постійного зв'язку з виробництвом тощо. На середньому рівні управління можна практикувати суміщення посад по горизонталі як всередині відділів, так і між відділами, які мають тісні коопераційні зв'язки. Таке суміщення всередині відділів дає змогу готувати замісників на випадок уходу з підприємства основного працівника або його тривалої відсутності. У кожного працівника повинен бути дублер, причому найбільший ефект досягається, коли вони дублюють одне одного, обмінюючись при цьому досвідом та допомагаючи один одному.

Показник відповідності функцій та обов'язків кожного структурного елементу організаційної структури управління його повноваженням та відповідальності допомагає з'ясувати рівень дотримання відповідного принципу побудови організаційної структури. Між функціями та обов'язками, з одного боку, та



Рис. 1. Показники системи менеджменту організаційної структури підприємств індустрії гостинності

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

повноваженнями й відповідальністю, з іншого боку, необхідно підтримувати відповідність, порушення якої приводить до дисфункції системи управління загалом. Ознакою доброго балансу відповідальності, прав та компетенції працівника системи управління є мінімум звернень до свого керівництва, адже він знає, як і що робити, і у нього для цього вистачає прав [1, с. 192]. Якщо працівнику для виконання своїх обов'язків не вистачає певних повноважень, ці повноваження повинен йому надати його безпосередній начальник [8, с. 44].

Показник ступеня правильності визначення статусу управлінського підрозділу і посад характеризує вміння виділяти пріоритети в діяльності, а також знання філософії вищої ланки управління компанією щодо визнання або невизнання нею категорії рангу управлінців різних рівнів. Ранг управлінця – це рейтинг важливості цієї посади, можливості вирішального впливу особи, яка займає цю посаду, на справи підприємства загалом.

Визначення рангу другої особи на підприємстві багато в чому залежить від специфіки виробництва (основної діяльності) та особливостей галузі.

Показник еластичності організаційної структури управління показує забезпеченість процесу управління швидким та вільним потоком інформації знизу доверху. Звідси впливає необхідність широкого делегування повноважень та відповідальності нижнім рівням.

Показник ступеня гнучкості організаційної структури управління характеризує її здатність змінюватися під впливом зовнішнього середовища. Організаційна структура управління підприємства не є чимось застиглим, адже вона повинна постійно змінюватися, удосконалюватися згідно з умовами, що змінюються.

Показник керованості в ідеальному варіанті наближається до одиниці. Характерні ознаки перевищення меж керованості, коли потреби знизу не збігаються з можливістю управління зверху, полягають в тому, що управлінець не знає положення справ знизу; не встигає

вирішувати питання, що поступають знизу; недоступний знизу; не всі питання вирішує одразу.

Таким чином, організаційна структура управління покликана бути відповідною соціально-культурному середовищу підприємства, яке спричиняє суттєвий вплив на рішення стосовно рівня централізації та децентралізації, розподілу повноважень та відповідальності, ступеня самостійності і масштабів контролю керівників.

Побудова або реформування організаційної структури управління підприємством сфери гостинності вимагає врахування великої кількості чинників прямого й непрямого впливу на структуру управління.

Головними чинниками, що впливають на етапи організаційних змін структури управління підприємствами сфери гостинності, є:

- розмір;
- життєвий цикл підприємства;
- зміна організаційних форм, за якими функціонує підприємство;
- рівень розвитку на підприємстві інформаційних технологій.

Швидка адаптація організаційних змін структури підприємства має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку.

На рис. 2 наведено фрагмент регіональної структури управління підприємством сфери гостинності.

Основою запропонованої нами структури управління підприємствами сфери гостинності є групова форма організації праці. Така структура управління передбачає формування невеликих мобільних команд, які спеціалізуються на задоволенні тієї чи іншої потреби та повністю відповідають за результати своєї діяльності.

Запровадження командного різновиду управлінських структур на підприємствах сфери гостинності дає змогу:

- прискорювати процеси вдосконалення готельно-ресторанних продуктів;
- орієнтуватися на специфічні ринки;
- підвищувати якість обслуговування споживачів;
- пристосовуватися до мінливих умов зовнішнього середовища;

– залучати самостійно керівниками команд потрібний персонал;

– уникати дублювання функцій з боку функціональних підрозділів.

Отже, застосування різних видів структур управління підприємствами сфери гостинності протягом останніх років дало змогу визначити провідну тенденцію: органічні структури більш прості та гнучкі порівняно з механістичними.

Управління підприємствами сфери гостинності пропонується організувати із застосуванням командної форми організації діяльності. За використання командної органічної структури скорочується кількість підрозділів, підвищується кваліфікація персоналу; зменшується кількість рівнів управління; зростає роль групової організації праці за орієнтації поточної роботи на потреби споживачів; пришвидшується реагування на зміни в оточуючому середовищі; збільшується продуктивність праці за зниження витрат та задоволення зростаючих вимог до якості послуг сфери гостинності.

Організаційна структура підприємства нерозривно пов'язана зі стратегією діяльності підприємства [2, с. 63]. Підприємство спочатку визначає стратегічні цілі (стратегічні напрями діяльності), а потім вже структуру, що їх може реалізувати, тому організаційна структура – це обов'язкова частина стратегії. Відповідність стратегії організаційній структурі виявляється у включенні в увесь процес стратегічних змін кожного структурного підрозділу підприємства через відповідне цільове та мотиваційне налаштування. Необхідно здійснити декомпозицію місії та стратегічних цілей на структурні підрозділи підприємства, сформувати бачення реалізації стратегії кожним структурним підрозділом, свої стратегічні цілі та окремі програми дій. І так слід зробити на всіх рівнях ієрархії, включаючи кожного працівника, який також має свої цілі, бачення, програми дій. Тільки гармонізувавши весь колектив, спрямувавши кожного на виконання власної місії та місії підприємства, керівництво підприємства може отримати необхідні конкурентні переваги і досягти бажаних результатів.

На завершальному етапі оцінювання оптимальності організаційної структури управління підприємства після реалізації усіх її напрямів проектна струк-

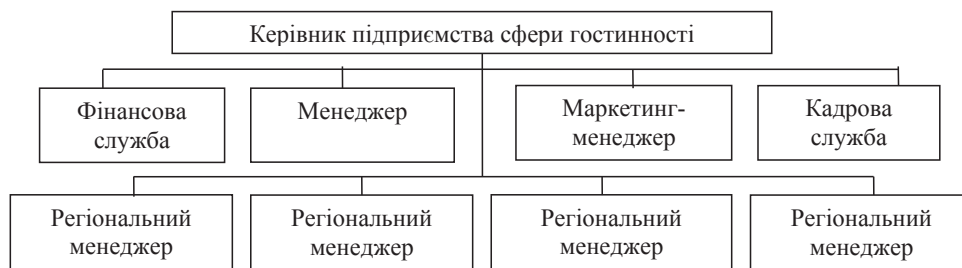


Рис. 2. Регіональна структура управління підприємством сфери гостинності

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

тура повинна бути ідентифікована за такими ознаками оптимальності:

- 1) керованість – здатність швидко й чітко реагувати на прямі директиви зверху;
- 2) адаптивність – адекватність та своєчасність реакції підприємства на зміну зовнішніх умов; здатність коригувати стратегію і тактику зміни зовнішніх та внутрішніх умов;
- 3) спеціалізація – розподіл праці за виконуваними функціями-операціями;
- 4) кооперація – виконання максимальної кількості робіт в одному структурному підрозділі;
- 5) затрати на управління [1, с. 197].

На основі цих висновків оцінки приймається остаточне рішення про запровадження певного типу організаційної структури управління з відповідними взаємозв'язками, яка б оптимально дала змогу підприємству реалізувати вибрану стратегію.

Висновки. Таким чином, зміна стратегії на підприємстві обов'язково приводить до певних перетворень в його організаційній структурі. Ці зміни не завжди матимуть радикальний характер. Проте керівництво зобов'язане встановити, наскільки наявна організаційна структура відповідає стратегії, а вже потім, якщо

це необхідно, проводити відповідні зміни. З цією метою здійснюється оцінювання оптимальності організаційної структури управління підприємства, яка включає принаймні три основні напрями, а саме ефективність наявної організаційної структури, її відповідність вибраній стратегії та правильність ранжування задач нової стратегії між рівнями та підрозділами підприємства. Результати оцінювання оптимальності організаційної структури є своєрідним обґрунтуванням під час прийняття рішень щодо проведення відповідних змін в ній відповідно до вибраної стратегії, що дає змогу процес реалізації стратегічних змін певним чином систематизувати та поставити на наукову основу.

Отже, формування організаційної структури є головним показником ефективного організаційного перетворення. Якісно побудована організаційна структура сама собою ще нічого не значить. Проте погано створена організаційна структура унеможливорює конструктивну роботу незалежно від рівня менеджерів. Таким чином, удосконалюючи організаційну структуру, можемо вдосконалити виконання роботи. З огляду на вказане подальші наукові дослідження слід проводити в напрямі розроблення інноваційних форм організаційних структур, зокрема у сфері гостинності.

Список літератури:

1. Балабаниць А.В. Вимірювання результативності маркетингової взаємодії зі споживачами на основі концепції життєвого циклу маркетингових відносин. Наука й економіка. 2009. № 4 (16). Т. 1. С. 191–198.
2. Булко О.С. Інновації в сфері услуг Республіки Білорусь. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 137–142.
3. Галасюк К.А. Аналіз існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств сфери послуг. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. 2015. С. 98–102.
4. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Организационная структура и стратегия предприятия. Проблемы экономики и менеджмента. 2011. № 2. С. 5–21.
5. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Разработка стратегии предприятия: современный поход. Проблемы теории и практики управления. 2011. № 10. С. 58–66.
6. Денисенко М.П., Михайлова Л.І., Грищенко І.М., Гречан А.П. та ін. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / за ред. М.П. Денисенка, Л.І. Михайлової. Суми: Університетська книга, 2008. 1050 с.
7. Курочкин А.В. Принципы организационного проектирования предприятий. Проблемы теории и практики управления. 1998. № 1. С. 91–96.
8. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. Москва: Маркетинг, 2002. 892 с.
9. Холлоуей Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес / пер. с 7-го англ. изд. Киев: Знання. 2012. 798 с.
10. Яхтер А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 39 (1). С. 132–137.
11. Balmer J., Thomson I. The shared management and ownership of corporate brands: the case of Hilton. Oxford, 2016. Vol. 34. № 4. P. 15–37.

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье обозначены основные направления формирования организационной структуры менеджмента предприятий сферы гостеприимства. Отмечено, что организационная структура управления предприятиями сферы гостеприимства направлена на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями предприятия, распределение между ними прав и ответственности. Определены, проанализированы основные показатели системы менеджмента организационной структуры предприятий индустрии гостеприимства. Обозначены главные факторы, влияющие на организационные изменения структуры управления предприятиями сферы гостеприимства. Управление предприятиями сферы гостеприимства предлагается организовать с применением командной формы организации деятельности. Резюмировано, что формирование организационной структуры является главным показателем эффективного организационного преобразования. Благодаря совершенствованию организационной структуры предприятий сферы гостеприимства можно усовершенствовать выполнение работы на них, а также достичь лучшего экономического результата.

Ключевые слова: сфера гостеприимства, менеджмент, структура управления, стратегия, организационное преобразование, потребитель.

FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT ENTERPRISES OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

The article defines the main directions of formation of organizational structure of management of hospitality enterprises. It is noted that the organizational structure of management of hospitality enterprises is aimed at establishing clear relationships between the individual divisions of the enterprise, the distribution of rights and responsibilities between them. The main indicators of the management system of the organizational structure of the enterprises of hospitality industry are determined and analyzed. The main factors influencing organizational changes of the management structure of hospitality enterprises are outlined. Management of hospitality enterprises is proposed to be organized using the brigade form of organization of activities. It is summarized that the formation of organizational structure is the main indicator of effective organizational transformation. By improving the organizational structure of hospitality enterprises, it is possible to improve the performance of work on them and achieve a better economic result.

Key words: sphere of hospitality, management, management structure, strategy, organizational transformation, consumer.

Носач І.В.

кандидат педагогічних наук, викладач-методист,
Кременчуцький льотний коледж
Національного авіаційного університету

Бондаренко Л.Ф.

викладач вищої категорії,
Кременчуцький льотний коледж
Національного авіаційного університету

Водолазська Н.В.

викладач вищої категорії,
Кременчуцький льотний коледж
Національного авіаційного університету

Старчик Н.В.

викладач вищої категорії,
Кременчуцький льотний коледж
Національного авіаційного університету

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В АВІАКОМПАНІЯХ

У статті окреслено сутність інновацій та інноваційної діяльності на авіапідприємствах. Систематизовано теоретичні положення щодо інноваційної діяльності авіапідприємства та його економічного механізму. Охарактеризовано сучасний стан та особливості інноваційного розвитку національних авіакомпаній в глобальному інформаційному просторі. Розроблено, обґрунтовано механізм управління інноваційними процесами в національних авіакомпаніях.

Ключові слова: інноваційна діяльність, авіакомпанія, інноваційний процес, інноваційні стратегії, механізм інновацій, персонал, інформаційне забезпечення інноваційної діяльності.

Вступ. В умовах високої конкуренції на ринку авіаційних перевезень проблема ефективного управління інноваційними процесами в діяльності авіакомпаній набуває особливого значення та актуальності. Інноваційна діяльність виступає важливим стратегічним напрямом підвищення конкурентоспроможності сучасної авіакомпанії та пов'язана з комерційним використанням нової техніки, технологій та інтелектуального потенціалу персоналу компанії. Інновації дають змогу формувати нові ринкові сегменти (ринкові ніші), розширювати мережу маршрутів, покращувати загальноекономічні показники роботи за рахунок удосконалення унікальних характеристик послуг авіаперевізників, впровадження технічних та технологічних нововведень тощо. Конкурентоспроможність авіаційного підприємства в сучасних динамічних умовах безпосередньо залежить від використання інноваційних підходів до діяльності та управління підприємством.

Отже, динаміка глобальних технологічних змін в авіаційній галузі разом з постійно зростаючими витратами на обслуговування парку повітряних суден, його оновленням, вартістю палива та високими ризиками впровадження інноваційних технологій, а також високонкурентним середовищем потребує розроблення ефективного механізму управління інноваційними процесами в авіакомпаніях.

Аналіз останніх наукових досліджень. Теоретичні аспекти управління інноваційними процесами в авіакомпаніях досліджували такі науковці, як А.С. Борзова, О.А. Вавринів, А.О. Князевич, О.В. Крайчук, Н.Д. Корягін, О.Й. Косарев, М.В. Куклінський, Н.Є. Полянська, Л.І. Скібіцька, О.А. Цимбалістов, Л.І. Федулова, Н.С. Шаповал, Д.В. Яковенко, Л.А. Яценко. Проте в роботах вказаних авторів не приділено достатньо уваги методичним аспектам організації інноваційної діяльності з урахуванням специфіки галузі, недостатньої державної підтримки інноваційної активності, відсутності дієвих програм з інтенсифікації їх інноваційної діяльності.

Мета статті полягає в обґрунтуванні шляхів оптимізації механізму управління інноваційними процесами в авіакомпаніях в сучасних динамічних умовах. Процес реалізації інновацій полягає в їх практичному використанні та спрямований на внесення змін у господарську систему авіаційного підприємства, виведення її на такий рівень функціонування, що забезпечує отримання якісно нових стійких результатів її діяльності упродовж значного періоду, тривалість якого визначається інноваційним потенціалом нововведення.

Викладення основного матеріалу. Сфера авіаційних перевезень виступає своєрідним індикатором розвиненості економіки країни. За рівнем пропозиції послуг у цій галузі можна судити про розвиненість інф-

раструктури всієї економіки, науково-технічний потенціал галузі, ринкові позиції компаній, які оперують у галузі; за рівнем попиту на авіаперевезення – про добробут населення, ступінь його мобільності. З точки зору економічної політики наявність кореляції між ступенем розвиненості авіації та ринку авіаперевезень в країні свідчить про ефективність економічної, промислової, соціальної та інституціональної політики держави.

Практика свідчить про те, що ключовими напрямками бізнесової діяльності в авіакомпаніях [2; 5; 8; 9] є освоєння нових перевезень, оптимізація комерційних характеристик і розширення традиційних видів перевезень, скорочення перевезень внаслідок несприятливої кон'юнктури ринку або навіть відмова від них. Прогресивні зміни в перевізному продукті, організації та технології авіаперевезень багато в чому пов'язані з інноваціями (нововведеннями). Відповідно до рис. 1 нині для авіакомпаній найбільш актуальні інновації, пов'язані з повітряними судами, організацією та продажем послуг з перевезень.

Інтернаціоналізація, лібералізація та глобалізація світового ринку авіаційних перевезень, інтеграція України до міжнародного економічного простору вимагають вжиття заходів з підвищення економічної ефективності діяльності авіакомпаній України на міжнародному ринку повітряних перевезень.

Сучасна наукова думка пропонує різні підходи до механізму управління інноваційними процесами суб'єктів господарювання. Так, зокрема, О.А. Цимбалістова [9] аналізує стан інноваційної діяльності вітчизняних авіакомпаній та заходи її стимулювання. Автор зазначає, що успішність та конкурентоспроможність авіакомпанії залежать від того, наскільки швидко вона здатна адаптуватися до постійно змінюваних вимог та очікувань ринку, покращувати характеристики послуг, що пропонуються, а також їх номенклатуру, вдосконалювати виробничі процеси, що ґрунтуються на веденні авіакомпанією активної інноваційної діяльності. Автором проведено комплексне аналізування показників

інноваційної діяльності авіакомпаній України на підставі статистичних даних, виконано дослідження її активності, розглянуто основні напрями інновацій.

А.О. Князевич та О.В. Крайчук у монографії «Механізм управління інноваційним розвитком» [5] акцентують увагу на проблемах становлення та практичного впровадження механізмів управління інноваційним розвитком на основі інноваційного лагу. На думку авторів, результативність впровадження інновацій залежить від багатьох факторів, основними з яких є швидкість запровадження інновацій, що значною мірою може характеризуватися такою економічною категорією, як інноваційний лаг. Проведений аналіз дає змогу визначити інноваційний лаг як суттєву складову інноваційного процесу. Проте він не дає змогу повністю врахувати економічні, науково-технічні, організаційні, інфраструктурні та інші важливі складові інноваційного процесу.

Заслугує уваги позиція Л.І. Федулової [9], яка механізм управління інноваційним розвитком підприємства розглядає як сукупність методів і засобів впливу на інноваційні процеси, що базується на формуванні інноваційного потенціалу, його перетворенні на інноваційний капітал в умовах розвитку інтеграційних процесів взаємодії економічних суб'єктів. Загалом реалізація цього механізму повинна передбачати такі стадії (рис. 2).

Емпіричні дослідження показують, що механізм управління інноваційними процесами є системою взаємодії функціональних компонентів і певною послідовністю етапів формування управління інноваційним розвитком, забезпечення безперервного інноваційного розвитку та лідируючої інноваційної позиції авіаційного підприємства. Проте Л.І. Федулова [9], формуючи механізм управління інноваційним розвитком суб'єкта господарювання, не враховує інформаційну складову щодо побудови концепції інноваційного менеджменту авіакомпанії в глобальному інформаційному просторі. Адже інформаційне забезпечення управління іннова-



Рис. 1. Напрями інноваційної діяльності авіакомпаній [5]

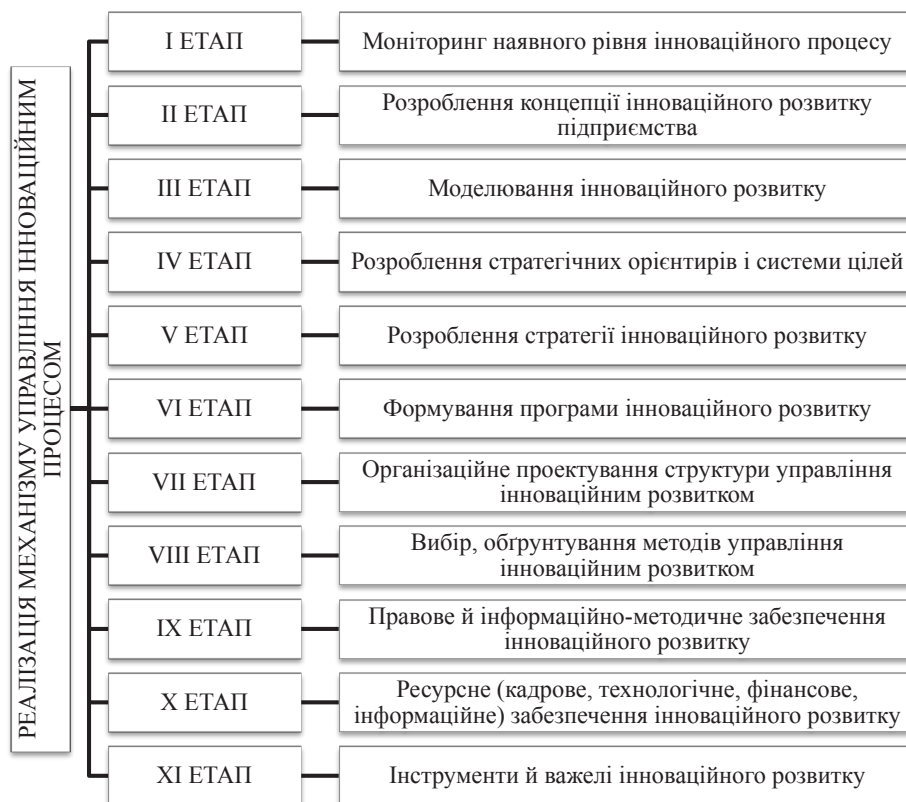


Рис. 2. Реалізація механізму управління інноваційним розвитком підприємства за Л.І. Федуловою [8]

ційною діяльністю авіапідприємства функціонує як система збору, аналізу й систематизації даних, які є підґрунтям прийняття управлінських рішень.

Основними засобами інформаційного забезпечення процесу реалізації нововведень є експертиза та моніторинг. У цьому контексті концепція управління інноваційним розвитком авіапідприємства набуває особливої актуальності. Адже для того, щоби зайняти стійкі позиції на ринку міжнародних повітряних перевезень, де встановлюються високі «вхідні бар'єри», національним авіакомпаніям необхідно виявити перспективні напрями розвитку авіатранспортного бізнесу, передбачити характер зміни ринкової кон'юнктури та адаптувати наявний стратегічний потенціал до швидкоплинних вимог споживчого попиту.

Звертаючись до міжнародного досвіду, акцентуємо увагу на найбільш інноваційно-активних міжнародних авіакомпаніях. Зокрема, «Корейські авіалінії» («Korean Air») активно використовують інноваційний підхід у власній діяльності [1]. Так, наприклад, компанія має власну ферму органічних продуктів для обідів на борту, зал очікування тільки для жінок в аеропорту Інчхон, жіночі туалети та вітрину з товарами duty-free в літаках, а також цілодобові бортові бари з фірмовими коктейлями Absolut. З 2008 року «Korean Air Rival» надає послуги зі зберігання теплого верхнього одягу для пасажирів, що прямують з Південної Кореї в теплі країни, зокрема Гаваї, Австралії і країн Південно-Східної Азії [1; 7].

«British Airways» у рамках інноваційного підходу видала всім членам екіпажів службові iPad та ввела програму «золотого квитка» для мотивації та винагороди членів екіпажу. Варто звернути увагу на інноваційність підходів до обслуговування пасажирів американською компанією «Delta», яка впровадила сучасний сервіс у вигляді додатку для смартфонів для пасажирів преміум-класу в партнерстві з «Porsche», що дає змогу відстежувати статус багажу, Wi-Fi на всіх бортах.

«Голландські королівські авіалінії» («KLM») першими використали програму Meet & Seat, за допомогою якої пасажирів мають змогу вибрати, з ким сидіти, відповідно до своїх інтересів та захоплень за допомогою «Facebook» і «LinkedIn» [1].

Так, інноваційні перетворення в національній авіації здійснюються шляхом розбудови сучасної аеропортової інфраструктури та поточної діяльності, спрямованої на реалізацію положень нової редакції Повітряного кодексу України, що враховує вимоги Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО) та Європейського Союзу, а також створює правові умови для інтеграції України до «єдиного європейського неба» [4].

Звертаючись до українського досвіду, зазначимо, що інноваційний розвиток інфраструктури міжнародних аеропортів Борисполя, Донецька, Львова, Харкова та Києва (Жуляни) активізувався в рамках реалізації Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні Євро – 2012. У кожному зі вказаних вище аеропортах

побудовано нові прогресивні термінали пропускну здатністю від 500 (Київ (Жуляни)) до 3 200 (Бориспіль) пасажирів за годину та інші важливі інфраструктурні об'єкти (нові злітно-посадкові смуги, перони, аеродромно-диспетчерські вежі, введено сучасні автоматизовані системи керування повітряним рухом) [4]. Як наслідок, пасажиропотік українських аеропортів за підсумками збільшився на 13,2%, зокрема Львівський аеропорт збільшив пасажиропотік на 94%, аеропорт Київ (Жуляни) – на 83,4%, Харківський аеропорт – на 60%, Бориспіль – на 5,6%.

Аналізуючи технологічні та організаційні інноваційні заходи щодо організації авіаперевезень, акцентуємо увагу на розвитку та поширенні бюджетних авіакомпаній, а саме “Low Cost Carriers”, або скорочено “LCC”. Згідно з даними IATA на початку 2017 року 65% від світових обсягів авіаперевезень здійснювалися бюджетними авіакомпаніями, а якщо розглядати окремо авіаперевезення у туристичній сфері, то там частка таких авіакомпаній становить понад 80% [3].

Також в Україні впроваджуються нові технології продажу та обробки електронних авіаквитків (BSP – Billing and Settlement Plan), що є системою взаєморозрахунків між авіакомпаніями та агентами-членами Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA – International Air Traffic Association).

Згідно з даними Національного інституту стратегічних досліджень, сьогодні продовжується робота щодо створення спільно з EASA (Європейським Агентством з безпеки польотів) дієвої системи підтримання льотної придатності повітряних суден. Так, Наказом Міністерства інфраструктури України [6] затверджено технічні вимоги для суб'єктів авіаційної діяльності відповідно до стандарту EASA Part-M.

Таким чином, використання результативного механізму управління інноваційними процесами в авіаційному бізнесі має сприяти інтенсифікації інноваційної активності та забезпеченню її ефективності в умовах постійних внутрішніх і зовнішніх змін, які стосуються

не тільки кількісних характеристик інноваційних потоків, але й умов та узгоджених правил руху нововведень по стадіях життєвого циклу інновацій.

Посилення інноваційної складової у процесі управління діяльністю авіаційних підприємств є одним з напрямів ефективного розвитку національного авіаційного бізнесу, реалізація якої дасть змогу модернізувати авіатранспортну систему та підвищити ефективність її функціонування; збільшити пропускну спроможність аеропортів України; підвищити рівень безпеки на авіатранспорті; прискорити темпи інтеграції вітчизняної авіаційної системи до європейської та світової транспортних систем, максимально використати транзитний потенціал України.

Висновки. Таким чином, управління розвитком інноваційного потенціалу авіапідприємства має бути орієнтовано на заходи щодо розвитку готовності та здатності підприємства здійснити й відтворити новачку, а інформаційне забезпечення управління інноваційним процесом полягає у забезпеченні ТОП-менеджменту відповідними інформаційними технологіями, які дають можливість ефективно розвивати інноваційний потенціал.

На нашу думку, активне застосування сучасного прогресивного підходу до управління інноваційним процесом дасть змогу забезпечити гнучкий характер управління інноваціями в авіаційній галузі, що пов'язане з принципами комплексності, системності, надійності, конструктивності, науковості, конкретності та варіантності.

Перспектива подальших досліджень пов'язана з розробкою механізму управління інноваційною діяльністю авіакомпаній з урахуванням тенденцій міжнародного ринку перевезень та вимог глобального інформаційного простору. Потребує розроблення теоретичних і методологічних основ формування інноваційних стратегій авіаційних підприємств, врахування чинників, важелів та інструментів підвищення конкурентоспроможності національного авіаційного бізнесу, врегулювання процесів інноваційного розвитку.

Список літератури:

1. Десять самых инновационных авиакомпаний нашего времени по версии Airlinetrends.com. URL: <http://zzaharr.livejournal.com/9207.html>.
2. Заєць О.О. Джерела інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства. Управління розвитком. 2014. № 2. С. 115–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_2_48.
3. Захарченко В.І., Корсикова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посібник. Київ: ЦНУ, 2012. 448 с.
4. Інноваційні перетворення на транспорті як чинник модернізації транспортно-дорожнього комплексу України: аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1303>.
5. Князевич А.О., Крайчук О.В. Механізм управління інноваційним розвитком: моногр. Рівне: видавець О. Зень, 2011. 136 с.
6. Про затвердження Правил з підтримання льотної придатності Part-M: Наказ Мінінфраструктури від 10 лютого 2012 року № 85. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0333-12>.
7. Підлубна О.М. Використання інноваційних ідей американського досвіду професійної підготовки пілотів цивільної авіації. Вісник Житомирського державного університету імені І. Франка. 2016. № 3. С. 103–107.
8. Федулова Л.І. Інноваційний вектор розвитку промисловості України. Економіка України. 2013. № 4. С. 15–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2013_4_3.
9. Цимбалістова О.А. Тенденції розвитку та шляхи стимулювання інноваційної активності авіакомпаній в Україні. Економіка та управління підприємствами. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 1 (57). С. 114–124.
10. Офіційний портал Державної авіаційної служби України. URL: avia.gov.ua.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В АВИАКОМПАНИЯХ

В статье обозначена сущность инноваций и инновационной деятельности на авиапредприятиях. Систематизированы теоретические положения по инновационной деятельности авиапредприятия и его экономическому механизму. Охарактеризованы современное состояние и особенности инновационного развития национальных авиакомпаний в глобальном информационном пространстве. Разработан, обоснован механизм управления инновационными процессами в национальных авиакомпаниях.

Ключевые слова: инновационная деятельность, авиакомпания, инновационный процесс, инновационные стратегии, механизм инноваций, персонал, информационное обеспечение инновационной деятельности.

CONCEPTUAL PRINCIPLES OF THE INNOVATION PROCESS MANAGEMENT MECHANISM IN AIR COMPANIES

In the article the authors outline the essence of innovations and innovation activity at the airlines, systematized theoretical positions regarding the innovative activity of the airline and its economic mechanism. The current state and features of innovative national airlines development in the global information space are described. The management mechanism of innovative processes in national airlines has been developed and substantiated.

Key words: innovation activity, airline, innovation process, innovative strategies, mechanism of innovations, personnel, information support of innovation activity.

УДК 338.4:[658:005.5]

Овчарук В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗУВАННЯ ЧИННИКІВ ПОБУДОВИ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті наведено, охарактеризовано чинники побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами. До них віднесено компетентність персоналу, розвиток системи менеджменту, цілі та завдання адміністрування, технологічне забезпечення, особливості підприємства, обсяги документально-інформаційного забезпечення управління, ресурсне забезпечення виробничо-господарської діяльності, якість корпоративного управління, стабільність середовища функціонування, розвиток інформаційної інфраструктури, централізованість управління, євроінтеграційні процеси, а також рівень електронності документів і документообігу. Зроблено висновок про доцільність класифікації таких чинників за середовищем впливу з виокремленням чинників прямого й опосередкованого впливу. Наголошено на взаємозв'язку і взаємозалежності таких чинників, а також на їхньому просторово-часовому вимірі. Встановлено, що з практичних міркувань складно діагностувати рівень впливу окремо взятого такого чинника на процеси адміністрування в організаціях, що зумовлене перш за все властивостями системної залежності.

Ключові слова: адміністрування, діловодство, документація, інформація, підприємство, система, управління.

Вступ. Одним з важливих елементів управління суб'єктами підприємницької діяльності є системи адміністрування, під якими слід розуміти вид управлінської діяльності, який на засадах документації, діловодства, інформаційного забезпечення та формалізації управ-

лінських процедур забезпечує цілеспрямований вплив керівної підсистеми на керовану за усіма етапами технологію управління. Якість таких систем впливає на зацікавленість підприємством з боку суб'єктів зовнішнього середовища, зокрема з боку інвесторів, покупців,

бізнес-партнерів. Отже, такі системи повинні відповідати сучасним стандартам управління й враховувати найновіші здобутки теорії та практики. Щоби досягти цієї мети, компанії мають об'єднувати зусилля керівників різних рівнів управління, власників, працівників керованої підсистеми, а також представників консалтингових компаній.

Процеси побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів перебувають під впливом різноманітних чинників, отже, ігнорування будь-якого ключового з них з високим рівнем ймовірності може привести до ухвалення помилкових управлінських рішень.

Аналіз останніх наукових досліджень. Значний внесок у формування і розвиток положень з ідентифікації, оцінювання та прогнозування чинників побудови і використання різноманітних систем економічного характеру зробили чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема А. Бритько [1], О. Гіда [2], А. Купрін [5], О. Мельник [7], Т. Савченко [8], Л. Фіонова [10], О. Чернецька [11]. У працях цих та інших авторів розглянуто трактування поняття «чинник», наведено класифікацію чинників за низкою істотних і незалежних ознак, розвинуто підходи до ідентифікації чинників, запропоновано механізми встановлення їхньої пріоритетності, наведено рекомендації до мінімізації негативної дії таких чинників тощо. Водночас проблема полягає у фрагментарності дослідження проблематики ідентифікації та змістового наповнення чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами. Причому йдеться про трактування поняття адміністрування саме з позиції окремого виду управлінської діяльності, що передбачає цілеспрямований вплив керівної підсистеми на керовану за усіма етапами технологію управління.

Мета статті полягає в конкретизації змістового наповнення чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами, а також розвитку їхньої класифікації.

Викладення основного матеріалу. Вивчення теорії і практики за проблемою дає змогу зробити висновки про те, що чинники впливу на різні економічні явища й процеси часто за своєю сутністю є різновекторними чи, навпаки, взаємопов'язаними. Окрім того, нерідко вплив одних таких чинників (які впливають негативно) нівелює вплив інших, навіть якщо він є позитивним. Це обумовлює доцільність усебічного діагностування всіх ключових чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами. При цьому слід враховувати те, що в основу класифікації більшості чинників може бути покладено низку класифікаційних ознак, що також не можна ігнорувати.

Результати виконаних досліджень дають змогу виокремити ключові чинники побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами. Охарактеризуємо їх докладніше.

1) Компетентність персоналу. Якою б розвинутою не була технологічна складова систем адміністрування, якими б сформованими не були політика, правила чи процедури в них, наскільки б ефективними не були підтримуючі структури й процеси у цих системах, все ж таки ключовим їхнім елементом є персонал та рівень його компетентності. В аналізованому контексті слід зауважити, що кожен працівник на підприємстві більшою чи меншою мірою належить до систем адміністрування, оскільки або з їхнім використанням здійснює цілеспрямований вплив на керовану підсистему, або надає керівній системі зворотну інформацію про якість функціонування систем адміністрування. Водночас очевидним є те, що у компаніях є (чи можуть бути) як окремі працівники, так і підрозділи, діяльність яких безпосередньо пов'язана із зазначеними системами (наприклад, адміністратори, діловоди, референти, працівники канцелярії).

Враховуючи результати досліджень Ю. Малиновської [6, с. 70], персонал, що безпосередньо залучений у системи адміністрування, можемо класифікувати за низкою класифікаційних ознак, зокрема:

- за юридичним підпорядкуванням (залежні чи незалежні);
- за рівнями управління (працівники управлінського, інституційного та технічного рівнів управління);
- за штатним розписом підприємства;
- за рівнем індивідуалізації діяльності (ті, що виконують індивідуальні чи стандартні завдання);
- за інноваційною спрямованістю (інноваційно спрямовані чи неспрямовані);
- за формою зайнятості (постійні чи тимчасові);
- за функціональною структурою (ті, що забезпечують розроблення і функціонування системи адміністрування, чи ті, що здійснюють її підтримку та вдосконалення);
- за визначенням основного місця роботи працівників (штатні, сумісники чи ті, що виконують свої функціональні обов'язки від імені інших компаній);
- за соціальними ознаками (вік, стать, досвід роботи, соціальне походження тощо).

2) Розвиток системи менеджменту. Системи адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів – це складова системи менеджменту компанії загалом. Отже, очевидно, що рівень розвитку останньої визначає рівень розвитку процесів адміністрування, як наслідок, якість впливу керівної підсистеми на керовану за усіма етапами технологію управління. Спільним в обох системах є й те, що вони разом перебувають під дією подібних чинників середовища функціонування.

3) Цілі та завдання адміністрування. Процеси побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів будуть такими, якими їх бачать власники й керівники, що зафіксоване у відповідних цілях та завданнях. Недостатня увага до процесів ціле-

покладання може зумовити виникнення проблем із системами адміністрування, наприклад не буде відомий конкретний очікуваний результат їх застосування, а фактичні витрати, пов'язані з цим, у декілька раз перевищуватимуть планові. Акцентування уваги на цьому чиннику дає змогу усім зацікавленим особам зрозуміти, чого ми хочемо досягти, будуючи системи адміністрування, а також які конкретні завдання у цьому напрямі слід виконати.

4) Технологічне забезпечення. Системи адміністрування безпосередньо пов'язані не лише з персоналом та з рівнем його кваліфікації, але й з технологічною складовою (ІТ-технології, оргтехніка, мережі, канали зв'язку, доступ до мережі Інтернет, програмне забезпечення тощо), яка сприяє цілеспрямованому впливу керівної підсистеми на керовану. Так, різні інформаційні технології дають змогу формалізувати процеси й знання, накопичувати потрібну інформацію, підвищувати оперативність передавання інформації каналами прямого та зворотного зв'язку тощо. Як свідчить вивчення теорії та практики, чим складнішими будуть на підприємстві системи адміністрування, тим вищими повинні бути вимоги до рівня відповідного технологічного забезпечення.

5) Особливості підприємства. Вивчення теорії та практики дає змогу зробити висновок про те, що системи адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів залежать від величини суб'єкта господарювання, його галузевої приналежності, номенклатури та асортименту його продукції, його зовнішньоекономічної спрямованості, етапу його життєвого циклу тощо. Впливає на параметри систем адміністрування також рівень складності організаційної структури управління та управлінських процесів на підприємстві, а також наявність територіально відокремлених його підрозділів. Підвищення рівня масштабності діяльності компанії, як свідчить вивчення теорії та практики, сприяє підвищенню рівня зацікавленості керівників і власників впровадження ефективних систем адміністрування.

Розглядаючи чинник особливостей підприємства, звернемо увагу на те, що чим більшим за своїми розмірами є підприємство, тим складнішими в нього управлінські процеси і, відповідно, системи адміністрування. При цьому не слід забувати про збільшення кількості персоналу суб'єкта господарювання. В аналізованому контексті слушно зауважують Т. Колесникова та Ю. Мартишова [4, с. 23], що у великих організаціях наявні, як правило, «територіально відокремлені підрозділи, існує чимало місць реєстрації документів, ведеться інтенсивний обмін документами між різними підрозділами, потрібні ефективні засоби планування і координування робіт».

6) Обсяги документально-інформаційного забезпечення управління. Управлінська діяльність обов'язково пов'язана з документацією та інформацією; вони необхідні для об'єктивного оцінювання усіх процесів в межах компанії, бізнес-планування та прогнозування

її діяльності в умовах ринку. Чим більшими будуть обсяги документально-інформаційного забезпечення управління, тим вищими будуть вимоги до систем адміністрування, тим складнішими вони будуть з точки зору взаємозв'язків між елементами. Враховуючи результати досліджень Л. Фіонової [10, с. 52–53], зауважимо, що значні обсяги документально-інформаційного забезпечення управління впливають на низку таких параметрів систем адміністрування:

- кількість видів документів, що використовуються в організації на кожному рівні управління;
- кількість уніфікованих систем документації, що застосовуються;
- час, що затрачається на створення та переміщення кожного виду документу (підготовка його проекту, погодження, візування, затвердження, реєстрація тощо);
- кількість підрозділів, що мають пряме чи опосередковане відношення до роботи з тим чи іншими документами;
- кількість документів, що формуються кожною посадовою особою на підприємстві за визначений період часу та/або підписуються нею;
- кількість документів, що погоджуються з посадовими особами підприємства;
- кількість зовнішніх стейкхолдерів, до яких скеровуються сформовані документи;
- кількість необхідних систем реєстрації документів та реєстраційних форм тощо.

7) Ресурсне забезпечення виробничо-господарської діяльності. Як відомо, одне з важливих завдань, які постають перед керівниками підприємств, полягає у забезпеченні усіх напрямів діяльності необхідною кількістю ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових, інформаційних тощо). Проблеми з ресурсним забезпеченням виробничо-господарської діяльності обов'язково призводять до проблем за окремими напрямками діяльності суб'єкта господарювання (наприклад, з постачанням, збутом, плануванням, бюджетуванням, мотивуванням персоналу, установленням ключових показників ефективності, впровадженням чи підтриманням на належному рівні навчальних програм для персоналу). Це ж саме стосується систем адміністрування, адже достатня кількість ресурсного забезпечення виробничо-господарської діяльності є позитивним індикатором очікувань впровадження дієвих систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів.

8) Якість корпоративного управління. Системи адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів трактуються як ефективні, справді вони є такими за умови якісного корпоративного управління, яке узагальнено передбачає наявність чіткої підзвітності в межах керівної та керованої підсистем, високих етичних стандартів, структурування рівнів управління та визначення конкретного місця кожної посадової особи в організаційній структурі управління, ідентифікації функцій,

повноважень та відповідальності працівників, налагодження процесів взаємодії між працівниками та підрозділами тощо. Усе це, зрештою, сприяє формуванню чітких і прозорих інформаційних потоків.

9) Стабільність середовища функціонування. Параметри систем адміністрування в управлінні підприємствам будуть багато в чому такими, який вплив на них здійснює середовище функціонування. Якщо, наприклад, воно характеризуватиметься хаотичністю, складністю, відсутністю прогнозованості, динамічністю тощо, це має враховуватись під час формування систем адміністрування та під час визначення їхньої структури (очевидно, така структура буде більш складною, ніж в умовах стабільного середовища).

10) Розвиток інформаційної інфраструктури. Рівень ефективності систем адміністрування в управлінні підприємствами визначається багато в чому рівнем розвитку інформаційної інфраструктури, яка, зокрема, включає програмно-апаратне забезпечення (маршрутизатори, комутатори, апаратні пристрої), системи управління базами даних, операційні системи, програмні продукти, мережеві канали, інформаційні сервіси тощо. Широка пропозиція цього на ринку розширює можливості керівників і власників у виборі того чи іншого обладнання для розв'язання поставлених перед системами адміністрування завдань. Зокрема, відповідне порівняння альтернативних варіантів може здійснюватися за критеріями цінової доступності, конфіденційності даних, простоти в адаптуванні до вимог суб'єкта господарювання тощо.

11) Централізованість управління. Як відомо з теорії та практики, організації можуть мати централізовані чи децентралізовані системи управління. Кожна з них здійснює власний вплив на системи адміністрування в управлінні підприємствами та визначає параметри таких систем. Наприклад, високий рівень децентралізації може привести до виникнення проблеми розпорошеності документації чи інформації, а також складності їхнього оперативного пошуку для ухвалення управлінських рішень. В аналізованому контексті варто зробити висновок про, що у найближчій перспективі системи адміністрування все ж таки будуть пов'язані з децентралізацією управління, оскільки на підприємствах в декілька разів зростає кількість управлінських рішень, що ухвалюються, а самі компанії розширюють сферу своєї діяльності у просторі та часовому вимірах.

12) Євроінтеграційні процеси. Параметри систем адміністрування визначаються євроінтеграційними процесами вітчизняних компаній, а також рівнем їхньої участі в процесах інтернаціоналізації. Чим активніше компанія працює на міжнародному ринку, тим ширше її контакти із зовнішнім середовищем, тим складніше в цьому контексті системи адміністрування. В аналізованому контексті слід враховувати те, що активна участь компанії у зовнішньоекономічних процесах приводить до накопичення додаткового досвіду ведення підприємницької діяльності та впровадження новітніх здобутків у сфері адміністрування.

13) Рівень електронності документів та документообігу. Системи адміністрування в управлінні підприємствами можуть бути різними, а також у них може переважати як електронна, так і паперова документація. Водночас виконані дослідження дають змогу зробити висновок про те, що чим вищим буде рівень електронності документів та документообігу в організації, тим ефективнішими будуть системи адміністрування. Це пов'язане, зокрема, з тим, що високий рівень електронності сприяє дисциплінованості персоналу під час роботи з інформацією та документацією, сприяє захисту корпоративної інформації, спрощує рух документів, підвищує оперативність ухвалення управлінських рішень тощо. Зазначена проблема є важливою для вітчизняного бізнесу, для якого рівень такої електронності сьогодні не є надто високим. В аналізованому контексті слушною можна вважати думку А. Єрмолаєвої [3, с. 87], згідно з якою «вітчизняні технології документування на паперовому носії формувались, розвивались та апробувались протягом тривалого історичного періоду <...>, а сам паперовий носій був унікальним і таким, що забезпечує як юридичну силу інформації, що містилась у ній, так і її тривалу збереженість».

Проаналізувавши охарактеризовані вище чинники побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів, можемо зробити висновок про їхній взаємозв'язок і взаємозалежність. Окрім того, значимість кожного з них виявлятиметься в конкретному просторово-часовому вимірі. Очевидно, що з практичних міркувань складно діагностувати рівень впливу окремо взятого такого чинника на процеси адміністрування в організаціях, що зумовлене перш за все властивостями системної залежності.

Аналізування виокремлених чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів дає змогу зробити висновок про доцільність їхньої класифікації за середовищем впливу з виокремленням чинників прямого й опосередкованого впливу (рис. 1).

Висновки. Таким чином, актуальна проблема сьогодні, спричинена відносно новим трактуванням понять «адміністрування» та «система адміністрування», що полягає у виокремленні чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів, є розв'язаною, а відповідна прогалина в науковій літературі усунута. Результати свідчать про те, що більшість виокремлених чинників є такими, які безпосередньо підконтрольні суб'єкту господарювання, отже, він може на них впливати шляхом ухвалення відповідних управлінських рішень.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі повинні полягати в моделюванні впливу чинників побудови і використання систем адміністрування в управлінні підприємствами на економічні показники діяльності суб'єкта господарювання.



Рис. 1. Чинники побудови та використання систем адміністрування в управлінні підприємствами

Джерело: виокремлено автором

Список літератури:

1. Бритько А. Теоретические основы оценки эффективности проектов инновационного развития экономических систем: факторы, проблемы, методические подходы, принципы. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2013. № 1. С. 97–110.
2. Гіда О. Фактори, що впливають на формування викликів національним інтересам України в інформаційному просторі. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). 2013. № 2. С. 228–236.
3. Ермолаева А. Новые правила делопроизводства в федеральных органах исполнительной власти: проблемы применения. Власть. 2011. № 4. С. 87–90.
4. Колесникова Т., Мартышова Ю. Исследование возможностей внедрения системы электронного документооборота в организации. Успехи в химии и химической технологии. 2007. Вип. XII. № 10. С. 22–25.
5. Куприн А. Основные факторы влияния на адаптивность систем управления предприятием. Проблемы современной экономики. 2010. № 4. С. 111–113.
6. Малиновська Ю. Активізування діяльності працівників комунікаційної системи підприємств: дис. ... канд. екон. наук; Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2017. 213 с.
7. Мельник О. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: монографія. Львів: видавництво Львівської політехніки, 2010.
8. Савченко Т. Вплив факторів зовнішнього середовища на систему управління конкурентоспроможністю підприємства. Науковий вісник НГУ. 2015. № 5. С. 142–148.
9. Сатушевська К. Формування системи стратегічного управлінського обліку в управлінні вартістю підприємства. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2013. № 24. С. 265–272.
10. Фионова Л. Факторы, влияющие на структуру документооборота. Делопроизводство. 2012. № 2. С. 51–55.
11. Чернецька О. Внутрішні чинники у формуванні системи управління фінансовими результатами сільськогосподарських підприємств. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 5. С. 46–51.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПОСТРОЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

В статье приведены, охарактеризованы факторы построения и использования систем администрирования в управлении предприятиями. К ним отнесены компетентность персонала, развитие системы менеджмента, цели и задачи администрирования, технологическое обеспечение, особенности предприятия, объемы документально-информационного обеспечения управления, ресурсное обеспечение производственно-хозяйственной деятельности, качество корпоративного управления, стабильность среды функционирования, развитие информационной инфраструктуры, централизация управления, евроинтеграционные процессы, а также уровень электронности документов и документооборота. Сделан вывод о целесообразности классификации таких факторов по среде воздействия с выделением факторов прямого и косвенного воздействия. Отмечены взаимосвязь и взаимозависимость таких факторов, а также их пространственно-временное измерение. Установлено, что из практических соображений сложно диагностировать уровень влияния отдельно взятого такого фактора на процессы администрирования в организациях, что обусловлено прежде всего свойствами системной зависимости.

Ключевые слова: администрирование, делопроизводство, документация, информация, предприятие, система, управление.

ANALYSIS OF THE FACTORS OF CONSTRUCTION AND USE OF ADMINISTRATION SYSTEMS IN THE MANAGEMENT OF ENTERPRISES

In the article the factors of construction and use of administration systems in enterprise management are described. They include the competence of personnel, the development of the management system, the goals and tasks of administration, the technological support, the features of the enterprise, the amount of documentary and information management, the resource support of production and economic activities, the quality of corporate governance, the stability of the functioning environment, the development of information infrastructure, the centralization of management, European integration processes, as well as the level of electronic documents and document circulation. The conclusion is made about the expediency of classifying such factors in the environment of exposure with the identification of factors of direct and indirect impact. The interrelation and interdependence of such factors, as well as their space-time dimension, are noted. It is established that, for practical reasons, it is difficult to diagnose the level of influence of this particular factor on administrative processes in organizations, which is primarily due to the properties of the systemic dependence.

Key words: administration, office work, documentation, information, enterprise, system, management.

УДК 330

Орехова А.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного контролю та аудиту,
Сумський національний аграрний університет

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ, ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ

У статті досліджено наявні підходи до визначення сутності контролінгу. Проаналізовано етапи розвитку контролінгу. Запропоновано авторське визначення сутності контролінгу. Визначено структурні елементи контролінгу як цілісної системи. Доведено, що контролінг забезпечує синтетичний, цілісний погляд на систему управління, що забезпечує стратегічний розвиток підприємства, належний рівень конкурентоспроможності на ринку.

Ключові слова: контролінг, контроль, стратегічний контролінг, тактичний контролінг, оперативний контролінг.

Вступ. В сучасних умовах ведення бізнесу контролінг виступає важливим фактором забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства,

оскільки дає змогу вирішувати цілу низку питань, таких як, зокрема, стабільність бізнесу, виявлення та ефективне використання внутрішніх резервів, підви-

щення використання економічного потенціалу підприємства.

Контролінг бере участь у формуванні завдань та сприяє досягненню головної мети через поступове методичне забезпечення процесів реалізації цілей підприємства. Саме за допомогою методів контролінгу забезпечується координація цілей за всіма рівнями управління. Контролінг сприяє досягненню мети діяльності системи загалом, забезпечуючи менеджмент підприємства якісною та своєчасною інформацією, адекватною для прийняття належних управлінських рішень.

Аналіз останніх наукових досліджень. Вагомий внесок у розвиток теорії контролінгу зробили такі вчені-дослідники, як, зокрема, І. Бланк, А. Карминський, Е. Майер, М. Пушкар, О. Терещенко, М. Чумаченко, Н. Шульга, Г. Уварова. Проте динамічність змін умов ринкового середовища вимагає постійного пошуку та вдосконалення наявних напрямів і шляхів розвитку досліджуваної проблематики.

Мета статті полягає в дослідженні наявних підходів до визначення сутності контролінгу, генезису його розвитку та структурування.

Викладення основного матеріалу. В умовах сьогодення контролінг є одним із систематизаторів масштабних потоків інформації про рух економічної інформації в рамках окремого підприємства з метою координації прийнятих управлінських рішень.

Головною метою системи контролінгу є орієнтація менеджменту підприємства та його структурних підрозділів на досягнення оперативних, тактичних і стратегічних цілей та завдань.

Термін «контролінг» (англ. «controlling») запозичено з англослов'янської управлінської лексики. Однак його витоки знаходяться в Німеччині, де концепція зародилась приблизно у 50-х рр. XX століття. Єдиного розуміння цього терміна серед експертів не існує, оскільки концепція постійно еволюціонує у своєму розвитку. Однак прийнято вважати, що англослов'янський термін «controlling» найбільш повно відображає сутність цієї концепції, зокрема щодо принципів управління, які синтезують у собі управлінський облік, планування, контроль та аналітичну роботу.

Досить часто ті, хто вперше чує слово «контролінг», зазвичай пов'язують його з поняттям контролю. Проте ці терміни не є тотожними чи взаємозамінними. Якщо контроль спрямований на минуле, на виявлення помилок, відхилень та проблем, то контролінг орієнтується на майбутнє. Для системи контролінгу найбільше значення мають відхилення від прогнозованих показників на перспективу з горизонтом планування більше трьох років, а не від поточних планів, як це прийнято на вітчизняних підприємствах. Порівнюють майбутні прогнозовані показники з досягнутим фактичним їх значенням [13].

Також досить часто зустрічається ототожнення контролінгу з управлінським обліком. Це твердження є не зовсім коректним, оскільки управлінський облік

є вихідним елементом системи контролінгу, а ототожнення контролінгу з управлінським обліком обмежує значення та функціональність першого. Контролінг є ширшим поняттям, ніж управлінський облік.

Дослідженню розвитку теорії концепції контролінгу та його прикладного аспекту приділяється значна увага як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, проте сьогодні відсутнє єдине визначення терміна «контролінг». Зарубіжні автори, зокрема Е. Майер, П. Хорват, визначають контролінг як концепцію, спрямовану на ліквідацію «вузьких місць» і орієнтовану на майбутнє відповідно до поставлених цілей і завдань. Праці саме цих авторів і є підґрунтям вітчизняних розробок у цій сфері. Узагальнені підходи до визначення сутності контролінгу представлені в табл. 1.

Проаналізувавши наведені підходи, пропонуємо таке визначення досліджуваної категорії: це система інформаційно-аналітичної та методичної підтримки менеджменту, що є координацією систем планування, контролю та інформаційного забезпечення з метою успішного функціонування підприємства в довгостроковому періоді для досягнення стратегічних цілей.

Теорія і практика контролінгу розвивалися поступово, проходячи низку послідовних етапів. Уже в XV столітті при дворі англійського короля існувала посада з назвою «Courtrollour», в завдання якої входили документування та контроль грошових і товарних потоків. Однак широкий розвиток контролінгу розпочався тільки у 20-х рр. XX століття. До Великої депресії слово «контролер» на підприємствах залишалося невідомим.

Основними причинами появи поняття контролінгу в економічній літературі є перш за все промислове зростання у США в кінці XIX – початку XX століття, яке викликало ускладнення процесів планування, і поява нових підходів до планування на підприємстві. Безпрецедентне зростання розмірів окремих підприємств і складності виробництва спричинили необхідність поліпшення методів управління.

У різних групах підприємств і в різних країнах розвиток контролінгу відбувався нерівномірно, тому співіснують концепції контролінгу, що відповідають різним етапам його розвитку та різним економічним школам.

Традиційно виділяють дві школи організаційного управління, а саме німецьку й американську. У Німеччині переважає наукове обґрунтування принципів і методів, а у США і деяких інших європейських країнах більше приділяють увагу інструментам, що застосовуються на практиці.

Основними характеристиками американської моделі є такі:

- має «управлінський облік», а спеціалістів, які ним займаються, називають контролерами;
- модель, орієнтована на швидку реакцію на вимоги ринку та задоволення потреб клієнтів;
- контролери у США відповідають за виконання функцій фінансового обліку, наповнення основних

Підходи вчених-науковців до визначення сутності контролінгу

№	Автор підходу	Визначення
1	М. Пушкар [11]	Контролінг – окрема інформаційна підсистема підприємства для стратегічного управління на основі синтезу знань з менеджменту, маркетингу, фінансового та управлінського обліку, статистики, аналізу, контролю та прогнозування.
2	А. Карминський [7]	Контролінг – філософія та образ мислення керівників, орієнтовані на ефективне використання ресурсів та розвиток підприємства у довгостроковій перспективі.
3	К. Варфоломєєва [5]	Контролінг є інформаційно-регулюючою системою менеджменту, до складу якої входять методична й інструментальна база, математико-аналітичний апарат моделювання й прогнозування для підтримки функцій менеджменту, оцінювання ситуації та прийняття управлінських рішень, а також системою підтримки прийняття рішень, що орієнтована на сукупність можливостей підприємства та здатна адаптувати структуру системи управління підприємством до умов, що змінюються.
4	О. Прокопенко [10]	Контролінг – центральна підсистема системи управління підприємством або окремим процесом, яка пов'язує, координує, узгоджує, спрямовує, контролює діяльність усіх функціональних управлінських одиниць з метою адаптації їхньої діяльності до змінних зовнішніх умов, здійснює інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень, а умовою існування якої є відповідний образ мислення керівництва підприємством або процесом, який сфокусований на оптимальному використанні усіх видів ресурсів і на тривалому розвитку підприємства.
5	Й. Петрович [9]	Контролінг як міжфункціональний напрям управлінської діяльності, який завдяки цілеспрямованому збиранню, обробленню та альтернативному інтерпретуванню отриманої інформації допомагає в процесі прийняття управлінських рішень, головною метою яких є досягнення оптимальної узгодженості рівня розвитку та прибутковості підприємства.
6	Ю. Анискин [2]	Контролінг – концепція, спрямована на управління майбутнім відповідно до поставлених позначок і завдань для досягнення довгострокового й ефективного функціонування підприємства.
7	М. Базась [4]	Контролінг – концепція сучасного управління підприємством, що інтегрує, координує й сприяє діяльності відділів підприємства, яка спрямована на ефективне довгострокове функціонування підприємства та досягнення поставлених цілей.
8	С. Альошин [1]	Контролінг – це інтегрована система управління підприємством, що через інформаційно-аналітичну підтримку процесів прийняття та реалізації управлінських рішень забезпечує ефективне функціонування підприємства в довгостроковій перспективі та досягнення поставлених цілей на різних ієрархічних рівнях (стратегічному, оперативному).
9	Е. Майер [8]	Контролінг – керівна концепція ефективного управління фірмою та забезпечення її довгострокового існування.
10	І. Бланк [3]	Контролінг є контролюючою системою, що забезпечує концентрацію контрольних дій на найбільш пріоритетних напрямках фінансової діяльності підприємства, своєчасне виявлення відхилень фактичних її результатів від передбачених і прийняття оперативних управлінських рішень, що забезпечують її нормалізацію.
11	О. Терещенко [12]	Контролінг – елемент антикризового фінансового управління; побудована на комплексі спеціальних методів та інструментів особлива функціональна система, що забезпечує менеджмент підприємства, зокрема фінансовий, базовою інформацією для прийняття управлінських рішень.

компонентів інформаційних систем, а також несуть відповідальність за фінансові системи підприємства, аспекти фінансового менеджменту та елементи фінансової звітності підприємства.

Натомість ключовими характеристиками німецької моделі є такі:

- є якісно новим явищем в управлінні підприємством;
- спирається на «виробничу» бухгалтерію (яка виділяється поряд з фінансовою), термін «управлінський облік» не використовується;
- орієнтована на розв'язання конкретних економічних завдань, сервісну підтримку основних функцій менеджменту;
- мають місце певна академізація контролінгу, прагнення створення теоретично цілісної системи [6].

Завданнями контролінгу є орієнтування процесу управління підприємством на досягнення поставлених цілей. Як правило, цілі підприємства утворюють послі-

довний ряд, за якого найбільш масштабні завдання розбиваються на безліч дрібних:

- місія бізнесу;
- стратегічні цілі;
- тактичні цілі;
- конкретні завдання для реалізації.

З огляду на масштабність концепції контролінгу він вирішує завдання стратегічні та завдання тактичні. Тому контролінг як цілісна система складається з трьох важливих частин:

- 1) стратегічний контролінг;
- 2) тактичний контролінг;
- 3) оперативний контролінг.

Кожен з цих видів контролінгу має свої цілі, а також методи, засоби й інструменти для їх досягнення.

Стратегічний, тактичний та оперативний види контролінгу – це необхідні та достатні елементи для його здійснення, які повинні бути взаємопов'язаними. Контролінг є системою, яка ефективно відстежує

поточні та стратегічні зміни в управлінні підприємством.

Стратегічний контролінг взаємопов'язує функції стратегічного планування, контролю та системи стратегічного інформаційного забезпечення з метою перспективного стійкого розвитку підприємства.

Цільовим спрямуванням стратегічного контролю є супровід і постійна підтримка визначеного стратегічного плану щодо забезпечення його реалізації. Під супроводом розуміються перевірка чіткості формулювань стратегії, можливість впровадження та реалізації.

Ключовим джерелом інформації в стратегічному контролінгу є стратегічний облік. Серед інструментів стратегічного обліку найбільше поширення отримав метод стратегічних балансів. Порівняння балансів відбувається шляхом накладення стратегічних балансів власного підприємства і балансів конкуруючих компаній.

Фокус стратегічного контролінгу зосереджений на зовнішньому середовищі та адаптації підприємства до нього, на максимальній реалізації ділового потенціалу підприємства, а оперативного контролінгу – на внутрішньому середовищі, на оперативній діяльності, на ефективності внутрішніх процесів.

Якщо розглянути рівні планування, то для стратегічного контролінгу ним є рівень стратегічного планування, а для оперативного контролінгу – бюджетування, тактичне й оперативне планування.

Тактичний та оперативний контролінг характеризують поточну діяльність щодо здійснення контролю діяльності підприємства.

Тактичний вид контролінгу є середньою ланкою в нерозривному ланцюжку необхідних елементів контролінгу. Положення тактичного контролінгу характеризує специфіку та границі його функціоналу. Воно виражається в тому, що якщо в діапазоні «стратегічний контролінг – тактичний контролінг» тактичний уточнює, координує прийняту стратегію, то в діапазоні «тактичний контролінг – оперативний контролінг» тактичний пропонує способи для раціонального вирішення оперативних завдань контролінгу.

Категорії вимірювання, які властиві стратегічному контролінгу, – це можливості й ризики, сильні й слабкі сторони тощо, тобто ключові фактори успіху, забезпечення виживання бізнесу. А оперативний контролінг – це витрати, доходи, обсяги виробництва і, як наслідок, економічність, прибуток, рентабельність.

Висновки. Сучасні умови господарювання є сприятливими для формування ефективної системи контролінгу на вітчизняних підприємствах, основне призначення якого полягає в орієнтації системи управління суб'єктом господарювання на досягнення поставленої стратегічної мети. Контролінг об'єднує різні функції управління, використовуючи їх у вирішенні завдань оперативного, тактичного та стратегічного характеру. Як наслідок, контролінг забезпечує синтетичний, цілісний погляд на систему управління, що забезпечує стратегічний розвиток підприємства, належний рівень конкурентоспроможності на ринку.

Список літератури:

1. Альошин С. Контролінг в управлінні інноваційним розвитком підприємства: теоретико-методичне забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. Вип. 44. С. 208–211.
2. Анискин Ю., Павлова А. Планирование и контроллинг. 2-е изд. Москва: Омега-Л, 2005. 280 с.
3. Бланк И. Управление финансовыми рисками. Киев: Ника-Центр, 2005. 511 с.
4. Базась М. Теоретико-методологічні засади внутрішньогосподарського (управлінського) обліку та контролінгу. Київ: МАУП, 2007. 236 с.
5. Варфоломєєва К. Сутність і значення інформаційного потенціалу контролінгу в системі управління підприємством. Вісник ЖДТУ. 2010. № 3 (53). С. 40–42.
6. Гарафонов О. Контролінг: концептуальні підходи та механізм здійснення змін в управлінні діяльністю вітчизняних підприємств. Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія: Економіка. 2014. Вип. 2. С. 89–96.
7. Карминский А., Фалько С. Контроллинг. Москва: Финансы и статистика, 2006. 171 с.
8. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / под ред. С. Николаевой; пер. с нем. Москва: Финансы и статистика, 2004. С. 23.
9. Петрович Й., Панас Я. Еволюція контролінгу в сучасній теорії та практиці управління вітчизняними підприємствами. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 1. С. 129–137.
10. Прокопенко О., Криворучко Л. Економічна суть контролінгу, його місце в системі управління підприємством. Вісник Сумського державного університету. Сер.: Економіка. 2011. № 4. С. 27–34.
11. Пушкар М., Пушкар Р. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту. Тернопіль: Карт-бланш, 2004. 370 с.
12. Терещенко О. Концепція фінансового контролінгу в Україні. Формування ринкової економіки. Київ: КНЕУ, 2008. С. 12–18.
13. Штангрет А. Окремі аспекти практичного застосування контролінгу на вітчизняних промислових підприємствах. Перспективи розвитку контролінгу: теорія та практика: матеріали науково-практичної конференції. Тернопіль: ТНЕУ, 2008. С. 125–128.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ, ГЕНЕЗИС РАЗВИТИЯ И СТРУКТУРИРОВАНИЯ КОНТРОЛЛИНГА

В статье исследованы существующие подходы к определению сущности контроллинга. Проанализированы этапы развития контроллинга. Предложено авторское определение сущности контроллинга. Определены структурные элементы контроллинга как целостной системы. Доказано, что контроллинг обеспечивает синтетический, целостный взгляд на систему управления, обеспечивающий стратегическое развитие предприятия, надлежащий уровень конкурентоспособности на рынке.

Ключевые слова: контроллинг, контроль, стратегический контроллинг, тактический контроллинг, оперативный контроллинг.

INTERPRETATION, GENESIS OF DEVELOPMENT AND STRUCTURE OF CONTROLLING

The article examines the existing approaches to the definition of the essence of controlling. The stages of controlling development are analyzed. Author's definition of control essence is proposed. Defined structural elements of controlling, as an integral system. It is proved that controlling provides a synthetic, holistic view of the management system that provides the strategic development of an enterprise, an adequate level of competitiveness in the market.

Key words: controlling, control, strategic control, tactical control, operational control.

УДК 339.138

Чміль Г.Л.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ
КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Стаття присвячена розвитку теоретичних засад та методичного інструментарію комплексного оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Здійснено аналіз структури обігу роздрібної торгівлі України. Визначено, що для покращення споживчих настроїв, забезпечення пропорційності темпових змін роздрібного товарообігу і збільшення реальних доходів населення разом з усуненням негативних чинників на рівні держави та застосуванням стимуляційних важелів на регіональному рівні важливим є підвищення ефективності комерційної діяльності окремих підприємств. Запропоновано авторське визначення поняття «ефективність комерційної діяльності підприємства». З метою оцінки рівня ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі запропоновано використовувати систему абсолютних та відносних показників, що поєднані в блоки, залежно від основних комерційних процесів та операцій. Розроблено матричну модель ефективності комерційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі.

Ключові слова: оцінка, ефективність, комерційна діяльність, роздрібна торгівля, матрична модель.

Вступ. Передумовами ефективного функціонування та сталого розвитку підприємств торгівлі за ринкової турбулентності, що посилюється та прогресує за ступенем розвитку глобалізаційних процесів, появи нових форматів торгівлі, зростання насиченості ринку і конкуренції, є модернізація системи управління та розвиток комерційної діяльності на засадах підвищення її ефективності. Отже, пріоритетності набувають спрямований пошук та інтеграція новітніх

інструментів бізнес-управління, які орієнтовані на покращення процесів купівлі-продажу товарів, мають потенціал підвищеної дієвості, ґрунтуються на результатах комплексного оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємства торгівлі.

Аналіз останніх наукових досліджень. Теоретичні, методичні та практичні аспекти управління комерційною діяльністю підприємств та оцінювання її ефективності є предметом пильної уваги вітчизняних і

зарубіжних науковців. Вагомий внесок у розробку проблематики управління комерційною діяльністю підприємства зробили такі представники наукової спільноти, як, зокрема, І. Ансоф, М. Афанасьєв, О. Белей, І. Бланк, О. Буданова, А. Виноградська, В. Даненбург, Дж. Еванс, Ж. Жалле, Б. Мізюк, Н. Омарова, Ф. Половцева, В. Рогожин, Г. Савицька, В. Ячменьова. Проблемні питання оцінки ефективності комерційної діяльності з урахуванням специфіки торговельної галузі знайшли відображення в роботах таких вчених, як, зокрема, В. Апопій, М. Балабан, Б. Берман, Н. Власова, В. Гросул, Дж. Еванс, Л. Кравченко, А. Крутова, А. Мазаракі, А. Менделевич, О. Нестеренко, В. Чернов, М. Чорна. Віддаючи належне здобуткам дослідників цієї проблематики, зауважимо, що існують окремі аспекти, які потребують подальших досліджень у сфері оцінки ефективності діяльності підприємств.

Мета статті полягає в подальшому розвитку теоретичних засад та методичного інструментарію комплексного оцінювання результатів, витрат і ресурсів задля забезпечення адекватності управлінських дій та вжиття заходів з підвищення ефективності комерційної діяльності в умовах посилення конкуренції на ринку товарів та послуг.

Викладення основного матеріалу. Торгівля як складова економічної системи країни забезпечує зайнятість її населення, збалансованість виробництва та споживання, сприяє підвищенню ефективності економічних зв'язків між галузями народного господарства, обумовлює стійкість грошового обігу та бере активну участь у формуванні державного бюджету [1, с. 921]. У торгівлі, зокрема роздрібній, виявляються інтереси суспільства, кожної сім'ї чи конкретної людини щодо задоволення повсякденних життєвих потреб у товарах та послугах.

Наведені у табл. 1 статистичні дані свідчать про те, що протягом 2005–2016 рр. обсяг роздрібногo товарообігу збільшився в 6,7 рази за одночасного скорочення кількості об'єктів роздрібногo торгівлі на 25 877 одиниць, або 34,4%.

За встановленої тенденції зниження рівня забезпеченості населення мережею роздрібногo торгівлі, зокрема магазинами в середньому по Україні на 25%, відзначається значне підвищення рівня забезпеченості населення торговою площею в магазинах, що розташовані у міських поселеннях.

У загальному обігу роздрібногo торгівлі у 2016 р. близько 50,0% припадало на роздрібний товарообіг торгової мережі підприємств (юридичних осіб), обсяг якого порівняно з 2015 р. збільшився на 14,0%, склавши 556,0 млрд. грн., з яких більшу частку (59,0%, або 328,0 млрд. грн.) отримано в результаті продажу непродовольчих товарів, а іншу (41,0%, або 228 млрд. грн.) – продовольчих товарів.

Зміни структури роздрібногo товарообігу, зокрема зростання частки продовольчих товарів за відповідного зменшення питомої ваги непродовольчих товарів з 2010 р., перш за все пов'язані з підвищенням цін і свідчать про зниження купівельної спроможності населення, яке вимушене витрачати більше 40,0% власних доходів на харчування [3, с. 62].

Зменшення купівельної спроможності населення є тривожним сигналом для вітчизняної економіки та вимагає прийняття негайних рішень на рівні окремих роздрібних торговців, регіонів і країни загалом.

Для покращення споживчих настроїв, забезпечення пропорційності темпових змін роздрібногo товарообігу та збільшення реальних доходів населення поряд з усуненням негативних чинників на рівні держави

Таблиця 1

Основні показники структури обігу роздрібногo торгівлі України за 2005–2016 рр.

Показники \ Роки	2005 р.	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Обіг роздрібногo торгівлі, млрд. грн.	174,4	541,5	901,9	1 031,7	1 175,3
зокрема, роздрібний товарообіг підприємств, млрд. грн.	90,0	271,4	427,5	487,6	556,0
питома вага продовольчих товарів, %	38,8	37,4	39,8	41,1	41,0
питома вага непродовольчих товарів, %	61,2	62,6	60,2	58,9	59,0
Наявність об'єктів роздрібногo торгівлі на кінець року, одиниць	75 203	64 815	49 607	49 587	49 326
зокрема, магазини	55 804	48 000	38 621	38 481	38 439
Наявність товарних запасів на складах підприємств на кінець року, млрд. грн.	29,8	31,1	45,9	53,0	63,6
Наявність товарних запасів на складах підприємств на кінець року, дні торгівлі	35	37	39	38	42
Забезпеченість населення мережею роздрібногo торгівлі (на кінець року; на 10 000 осіб, одиниць)	16	14	12	12	12
зокрема, магазинами	12	10	9	9	9
Забезпеченість населення торговою площею у магазинах (на кінець року; на 10 000 осіб, м ²)	1 355	1 842	1 806	1 805	1 808
зокрема, у міських поселеннях	1 627	2 379	2 366	2 360	2 374
у сільській місцевості	779	663	552	559	533

Джерело: розроблено за даними джерела [2]

та застосуванням стимуляційних важелів на регіональному рівні важливим є підвищення ефективності комерційної діяльності окремих підприємств.

Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі інтегрує процеси та операції, пов'язані зі зміною форм вартості в ході обміну, а також передбачає вирішення комплексу завдань із забезпечення й управління процесами купівлі-продажу, що здійснюються з метою отримання та збільшення прибутку, шляхом надання торгових послуг високої якості та забезпечення на цій основі задоволення потреб кінцевих споживачів.

Обмінні відносини є осередком (основних і забезпечувальних процесів та операцій) комерційної діяльності, який має здійснюватися максимально ефективно. До основних процесів та операцій відносяться [4; 5]:

- вивчення й прогнозування ринку;
- вибір цільового сегменту ринку;
- визначення потреби в товарах і послугах;
- формування товарного асортименту;
- вибір постачальників товарів і послуг;
- закупівля товарів і послуг;
- організація складського господарства;
- ціноутворення;
- організація збуту й продажу товарів;
- реклама на товари й послуги;
- формування і стимулювання попиту на товари та послуги.

До забезпечувальних процесів та операцій відносяться:

- організаційна структура підприємства та управлінські процедури;
- логістичні та транспортні системи;
- технічне й програмне забезпечення;
- інформаційне, методичне та аналітичне забезпечення управління комерційною діяльністю.

Критичний аналіз наявних у сучасній економічній літературі трактувань поняття «ефективність» дав змогу виявити декілька наукових підходів, які відрізняються зосередженістю на кількісному оцінюванні шляхом:

- встановлення взаємозв'язку між отриманим результатом та кількістю інвестованих або витрачених ресурсів [6];
- виявлення відповідності результатів і витрат підприємства цілям діяльності та інтересам власників [7];
- визначення приросту результатів у співвідношенні із засобами їх досягнення [8].

Зазначене дає змогу стверджувати, що ефективність є якісною характеристикою, яку слід розглядати в контексті конкретної ситуації та інтерпретувати через ідентифікацію повноти та якості досягнення підприємством поставлених цілей чи економічності та результативності використання ресурсів.

З урахуванням цього під ефективністю комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі варто розуміти кількісне вираження її продуктивності за допомогою системи показників, які характеризують відношення результатів комерційної діяльності до витрат на

її здійснення та задіяних ресурсів, а також свідчать про зміну встановлених співвідношень.

Запропоноване визначення поняття «ефективність комерційної діяльності підприємства» охоплює не лише наявність передумов для забезпечення певного рівня задоволення потреб зацікавлених сторін, але й здатність до рентабельного та економного використання ресурсів з цією метою. Це має суттєве значення як з термінологічної, так і з практичної точки зору, а особливо під час підготовки та прийняття рішень стосовно стимулювання та підвищення інтенсивності комерційної діяльності, збільшення рівня її ефективності загалом і за процесами та операціями зокрема.

Підвищення рівня ефективності комерційної діяльності стає можливим передусім за рахунок практичної реалізації виявлених в процесі оцінювання потенційних можливостей покращення складу й структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності та прискорення оборотності. Подібне оцінювання базується на певних принципах (основними з них, на нашу думку, є системність, комплексність, достовірність, об'єктивність, релевантність, оперативність, науковість, зіставлення, адекватність) і спирається на дотримання певної технології.

Під комплексним оцінюванням ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі слід розуміти комплекс теоретико-методичних знань, послідовно втілених у процесі реалізації певних аналітичних процедур, що здійснюються із застосуванням визначеної системи показників та відповідного методичного інструментарію, задля виявлення резервів і формування пропозицій з підвищення рівня ефективності комерційної діяльності.

Етапи комплексного оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі:

- 1) визначення мети оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі;
- 2) формування системи показників оцінювання ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства та окремих процесів і операцій;
- 3) вибір методичного інструментарію оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі;
- 4) моделювання рівня ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства, кількісне оцінювання причин його зміни;
- 5) виявлення резервів покращення складу й структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності та прискорення оборотності;
- 6) формування пропозицій щодо практичної реалізації залучення виявлених резервів підвищення рівня ефективності комерційної діяльності підприємства.

Метою оцінювання, на нашу думку, є своєчасне отримання об'єктивних даних щодо рівня ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі, встановлення причин його зміни, пошук потен-

ційних можливостей покращення складу й структури ресурсів підприємства, підвищення їх рентабельності та прискорення оборотності, а також розробка заходів з їх практичної реалізації та формування альтернативних пропозицій для вибору й прийняття раціональних управлінських рішень.

З огляду на те, що споживачі, реалізуючи свої інтереси, справляють визначальний вплив на функціонування підприємств на ринку, зокрема під час укладання угод, вибору сегменту ринку, організації збуту й продажу товарів, формування асортиментної та цінової політики [9], для потреб оцінювання рівня ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі пропонуємо використовувати систему абсолютних та відносних показників, що поєднані в блоки залежно від основних комерційних процесів та операцій:

1) показники формування товарного асортименту (широта асортименту, глибина асортименту, коефіцієнт оновлення асортименту, коефіцієнт стійкості асортименту);

2) показники товарної пропозиції та забезпечення товарами (індекс зростання товарообігу, приріст (скорочення) часу обігу товарів, ступінь відповідності товарних запасів нормативу, індекс виконання плану закупівель, ступінь виконання договірних зобов'язань постачальниками, ритмічність надходження товарів за асортиментом, коефіцієнт допустимого рівня якості товарів, індекс валового прибутку);

3) показники оцінки формування та стимулювання попиту (відповідність обсягу і структури товарної пропозиції обсягу і структурі купівельного попиту, ступінь оновлення асортименту, коефіцієнт завершеності покупки, обсяг і структура незадоволеного попиту, рентабельність рекламних заходів);

4) показники результативності та економічності комерційної діяльності (приріст чистого доходу, приріст валового прибутку, приріст фінансового результату від реалізації товарів та послуг, співвідношення доходів та витрат на закупівлю та реалізацію товарів, темп зміни рентабельності продажів, темп зміни рентабельності оборотних активів, тривалість одного обігу дебіторської (кредиторської) заборгованості за товари).

Для обчислення та встановлення тенденцій та причин зміни показників ефективності комерційної діяльності підприємств торгівлі слід застосовувати традиційні (абсолютні та відносні величини, порівняння, індексний метод, методи детермінованого факторного аналізу тощо) та економіко-математичні методи, а саме методи кореляційно-регресійного аналізу та матричні методи й моделі. Використання останніх дасть змогу також здійснювати комплексне оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі, що ґрунтується на моделюванні (з різним ступенем деталізації) взаємозв'язків між результатами, витратами та ресурсами підприємства, формуванні інтегрального показника ефективності, а також виявляти причини, що вплинули на формування рівня

ефективності комерційної діяльності підприємства, та своєчасно надавати інформацію для обґрунтування управлінських рішень з його підвищення.

Для забезпечення інтегрального оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємства роздрібною торгівлі пропонуємо розробляти матричну модель із дотриманням вимог впорядкованості та врівноваженості:

– в сукупність вихідних параметрів моделі слід включати рівне число показників результатів, витрат і ресурсів підприємства таким чином, щоб кожен з них можна було розглядати як ефект по відношенню до наступних і як витрату чи ресурс по відношенню до попередніх показників;

– варто стежити за збалансованістю розвитку параметрів моделі, тобто розташовувати показники відповідно до бажаного спадання темпів їх зростання, керуючись принципом ступеня кінцевого ефекту та стратегією підприємства;

– використовувати для аналізування блокові оцінки комерційної діяльності, як рекомендують Х. Луур [10], Дж. Альвер, Е. Старцева [11].

Запропонований формат ключової матриці ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства наведено в табл. 2.

Безпосередньо для комплексного оцінювання ефективності на підставі побудованої за визначеними вимогами матричної моделі може бути застосований будь-який метод дослідження, що підходить для вивчення взаємних впливів між основними результатами діяльності підприємства, але, на наш погляд, найбільш перспективні можливості дає застосування індексних матриць і матриць абсолютного приросту. При цьому послідовність розрахунку інтегрального показника ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства передбачає реалізацію таких етапів:

– обчислення матриць якісних показників за базисний та звітний періоди;

– складання на основі матриць якісних показників матриці індексів якісних показників (матриці індексів змінної структури);

– визначення інтегрального показника ефективності за формулою середньої геометричної з індексів змінної структури, зростання яких характеризує підвищення ефективності діяльності.

Висновки. Використання запропонованого підходу до інтегрального оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі дасть змогу адекватно відобразити динаміку ефективності господарювання та дасть можливість систематично отримувати інформацію про поточний стан комерційної діяльності, розбиратися в причинах зміни рівня її ефективності, своєчасно визначати напрями їх вирішення, як наслідок, оптимізувати управлінські рішення.

На завершення зазначимо, що пропозиції, надані для розвитку теорії та комплексного оцінювання ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі, дадуть змогу:

Таблиця 2

Матрична модель ефективності комерційної діяльності підприємства роздрібною торгівлі

Чисельник Знаменник		Результати			Витрати	Ресурси
		Прибуток від реалізації товарів (Y_1)	Чиста виручка від реалізації товарів (Y_2)	Кількість споживачів (Y_3)	Витрати основної діяльності (адміністративні та на збут) (Y_4)	Середньооблікова кількість працівників (Y_5)
Результати	Прибуток від реалізації товарів (α_1)	x				
	Чиста виручка від реалізації товарів (α_2)	Рентабельність продажів (β_{21})	x			
	Кількість споживачів (α_3)	Рентабельність споживачів (β_{31})	Закріпленість виручки за споживачами (β_{32})	x		
Витрати	Витрати основної діяльності (α_4)	Рентабельність основної діяльності (β_{41})	Закріпленість виручки за основними витратами (β_{42})	Закріпленість споживачів за основним витратами (β_{43})	x	
Ресурси	Середньооблікова кількість працівників (α_5)	Рентабельність персоналу (β_{51})	Закріпленість виручки за персоналом (β_{52})	Закріпленість споживачів за персоналом (β_{531})	Закріпленість основних витрат за персоналом (β_{54})	x

– блок взаємозв'язку результатів;

– блок перетворення ресурсів на результати;

– блок перетворення витрат на результати;

– блок перетворення ресурсів на витрати.

– систематично отримувати інформацію про стан та рівень ефективності комерційної діяльності підприємства;

– чітко розуміти цільову спрямованість здійснення оцінювання ефективності комерційної діяльності із застосуванням сучасного методичного інструментарію;

– розбиратися в причинах зниження ефективності та своєчасно реагувати на їх усунення;

– оптимізувати та значно підвищувати якість управлінських рішень з підвищення ефективності комерційної діяльності.

Список літератури:

1. Кашчена Н., Носач Н. Облік реалізації товарів в підприємствах торгівлі. Економіка та суспільство. 2016. № 17. Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/journal-7/14-stati-7/642-kashchena-n-b-nosach-n-m>.
2. Роздрібна торгівля України у 2016 році: статистичний збірник / за ред. А. Фризоренко. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 119 с.
3. Носач Н., Ставерська Т. Аналіз стану та тенденції розвитку торгівлі Харківської області. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 12 (2). С. 60–64.
4. Сафонова О., Дмитриева Е. Комплексная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли. Регион: системы, экономика, управление. 2009. № 2. С. 54–65.
5. Бабух І. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 (1). С. 23–26.
6. Косянчук Т., Кучма С. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 3 (3). С. 113–116.
7. Городинська Д. Економічна стійкість підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 10 (42). С. 141–146.
8. Морщенок Т. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 1. С. 7–13.
9. Чміль Г. Маркетингове управління комерційною діяльністю підприємств роздрібною торгівлі. International scientific-practical conference Modern transformation of economics and management in the era of globalization: conference proceedings (January 29, 2016). Klaipeda: Baltija Publishing. P. 196–198.
10. Луур Х. Развитие концепции матричного моделирования поля эффективности. Интенсификация и эффективность производства. 1989. № 689. С. 18–26.
11. Alver J., Startseva E. On Some Theoretical Developments and Applications of System Integrated Analysis Methodology for Evaluation of a Business Entity's Performance. Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Accounting and Finance (20–21 May). Bangkok, Thailand, 2013. P. 131–134.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Статья посвящена развитию теоретических основ и методического инструментария комплексного оценивания эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Осуществлен анализ структуры оборота розничной торговли Украины. Определено, что для улучшения потребительских настроений, обеспечения пропорциональности темповых изменений розничного товарооборота и увеличения реальных доходов населения наряду с устранением негативных факторов на уровне государства и применением стимулирующих рычагов на региональном уровне важным является повышение эффективности коммерческой деятельности отдельных предприятий. Предложено авторское определение понятия «эффективность коммерческой деятельности предприятия». С целью оценки уровня эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли предложено использовать систему абсолютных и относительных показателей, которые объединены в блоки, в зависимости от основных коммерческих процессов и операций. Разработана матричная модель эффективности коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.

Ключевые слова: оценка, эффективность, коммерческая деятельность, розничная торговля, матричная модель.

COMPLEX EVALUATION OF EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

The article is devoted to the development of theoretical foundations and methodological tools for a comprehensive assessment of the efficiency of commercial activities of retail enterprises. The analysis of the structure of retail trade turnover of Ukraine is carried out. It is determined that in order to improve consumer sentiment, ensure proportionality of the pace of changes in retail turnover and increase real incomes of the population, along with the elimination of negative factors at the state level and the use of incentives at the regional level, it is important to increase the efficiency of the commercial activities of individual enterprises. The author's definition of the concept of "the efficiency of the enterprise's commercial activities" is proposed. In order to assess the level of efficiency of commercial activity of retail enterprises, it is proposed to use a system of absolute and relative indicators, which are combined into blocks, depending on the main commercial processes and operations. A matrix model of the efficiency of commercial activity of a retail enterprise has been developed.

Key words: estimation, efficiency, commercial activity, retail trade, matrix model.

УДК 339.138

Яроміч С.А.

кандидат економічних наук,
професор кафедри менеджменту організацій,
Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Александрова К.С.

магістрант кафедри менеджменту організацій,
Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Михайлова М.В.

магістрант кафедри менеджменту організацій,
Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ІНТЕГРОВАНИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто сучасні підходи до формування маркетингових інформаційних систем та інтегрованих комунікацій на підприємстві. Розглянуто новітні тенденції, що серйозно змінили підхід до проектування маркетингових інформаційних систем та чинників, що негативно впливають на їх розвиток. Розглянуто питання застосування концепції маркетингових комунікацій та формування ефективних комунікаційних стратегій на основі маркетингових інформаційних систем, що позитивно впливає на споживачів завдяки узгодженості, раціональності, консолідації іміджу бренда або підприємства.

Ключові слова: маркетингові інформаційні системи, інтегровані комунікації, концепції, маркетинговий вибір, комунікативне рішення, інформаційна непрозорість.

Вступ. Маркетингова діяльність на підприємствах є системою мислення й одночасно системою дії. Для ефективного впровадження в практику роботи стратегічний маркетинговий вибір повинен підтримуватися динамічними програмами дій, інакше комерційний успіх буде незначним. Сучасним вектором удосконалення маркетингової діяльності є побудова маркетингової інформаційної системи, яка ґрунтується на сучасних програмних засобах, інформаційних технологіях, розподіленому обробленні даних у мережах, використанні економіко-математичних методів, моделей та систем підтримки прийняття рішень.

Нині наявність різноманітних засобів представлення інформації, які притаманні різним комунікативним інструментам, створює для підприємств багато можливостей представлення необхідної маркетингової інформації цільовому ринку. Прийняте комунікативне рішення, що вибране з безлічі засобів, моделей, методів, безпосередньо впливає на певний рівень інтересу споживачів до підприємства та його послуг. Утримання їх інтересу навіть на зрілих ринках залежить від ефективного ведення маркетингової комунікативної політики.

Аналіз останніх наукових досліджень. Розвиток систем маркетингової інформації пов'язаний перш

за все зі зміною ролі маркетингу в діяльності підприємств і впровадження нових інформаційних технологій, що зазначається такими дослідниками, як, зокрема, Е.Н. Аліхашкіна, О.М. Ветітнев, Е.П. Голубков, Р.Д. Кеннет [1; 4; 7]. В.Г. Герасименко зазначав, що на першому етапі формування маркетингових інформаційних систем робота відбувалася з розрізненими потоками інформації, які досить нерегулярно надходили із зовнішнього середовища. З часом процес збирання й оброблення маркетингової інформації набув систематизованого характеру, а інформація стала більш інтегрованою. Все це полегшило проведення аналізу й використання даних усередині підприємства, покращило якість даних, що функціонують у системі. Наголошувалось на тому, що еволюція маркетингових інформаційних систем йшла від збору й аналізу детальної та рутинної інформації до операції узагальнення інформації, придатної для ухвалення стратегічних маркетингових рішень. Проблема побудови маркетингової інформаційної системи в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів не досліджується комплексно, розглядаються лише її окремі аспекти. Враховуючи вищевикладене, для визначення сутності маркетингової інформаційної системи вважаємо необхідним розгляд її класичних концепцій.

Мета статті полягає у визначенні реалій сучасної маркетингової інформаційної системи, які уточнюють принципи та філософію класичного маркетингу. Вихідним пунктом дослідження є визначення змісту низки положень теорії маркетингу, які є основою дослідження сутності сучасного маркетингу.

Викладення основного матеріалу. Зараз можна назвати такі сучасні тенденції, що суттєво змінили підходи до проектування маркетингових інформаційних систем (МІС), як істотне прискорення змін зовнішнього середовища, в якому працюють підприємства, та глобалізація бізнесу, яка дедалі збільшується. Ці тенденції привели до того, що для адекватного аналізу інформації на підприємстві мають бути створені більш складні МІС.

Маркетингова інформаційна система визначена Г.А. Черчиллем як сукупність процедур і методів, призначених для регулярного збору, аналізу й розподілу інформації для підготовки та ухвалення маркетингових рішень [5, с. 267]. Р. Брайан Р. розглядає маркетингову інформаційну систему як формалізований порядок дій щодо збирання, аналізування, зберігання та поширення на регулярній основі потрібної інформації для осіб, які є відповідальними за ухвалення рішень у сфері маркетингу [9, с. 21].

Р. Кеннет акцентував увагу на тому, що МІС визначається як «сукупність організаційних правил щодо носіїв і споживачів інформації, потоків інформації між ними, їх прав на інформацію і методів, необхідних для обробки інформації» [6, с. 144].

Розвиток МІС і збільшення можливостей обробки й аналізу даних привели до посилення її ролі в інформаційному забезпеченні прийняття рішень на всіх ступенях управлінської ієрархії під час побудови інтегрованих комунікацій. Якщо раніше менеджери спирались під час ухвалення рішень головним чином на свою інтуїцію, а інформаційні системи використовувалися для забезпечення потреб в інформації нижчої управлінської ланки, то зараз використання МІС менеджерами підприємств неухильно зростає.

Серед перспективних напрямів роботи з МІС можна назвати три основні:

- 1) впровадження інноваційних методів збору й аналізу даних;
- 2) розробка нових підходів до аналізу ринку;
- 3) формування нововведень під час організації маркетингових даних.

Вдосконалення інструментарію роботи з інформацією відбувається не тільки на рівні збору даних, але й на етапі їх обробки [3, с. 35]. Нові технології в роботі з даними, завдяки яким з'явилась можливість зменшити витрати на зберігання інформації та значно збільшити її обсяги і швидкість обробки, створили певні умови, без яких підприємствам не вдалося б скористатися всіма виниклими перевагами від нових підходів до збору даних.

В основу МІС покладено створення бази даних, яка містить інформацію про певного клієнта [5, с. 215].

Сучасні бази даних не просто є адресним списком покупців, а надають певну інформацію про їх споживчу поведінку протягом відносно тривалого періоду. Зміст бази даних оновлюється з кожною покупкою, тому підприємство має можливість відстежувати поведінку окремого клієнта в часі, підтримуючи з ним постійний зв'язок.

Перевагою МІС є те, що вона дає можливість відстежувати дані про споживання певних клієнтів і пов'язувати різні ринкові заходи з цією інформацією, досліджувати реакцію на певні заходи з урахуванням типу особистості та соціально-демографічних характеристик, отже, підвищувати ефективність маркетингових комунікацій, більш повно задовольняючи наявні потреби ринку. В результаті застосування цієї технології МІС і комунікації стають для підприємства єдиним інформаційним полем.

З безлічі чинників, що негативно впливають на формування й розвиток МІС, О.М. Ветітнев виділив дві основні групи, а саме нерозвиненість ринку та його інформаційну непрозорість. Сюди також слід віднести обмеження, як бюджетні, так і внутрішньо організаційні, що є головним чином характерними для українських підприємств [1, с. 36].

Під інформаційною непрозорістю ринку розуміється відсутність інформації щодо всіх операцій, котрі здійснюються на ньому, як для держави, так і для інших суб'єктів ринку. Це пов'язане з низьким рівнем культури ведення бізнесу та відсутністю релевантної інформації про ринок [6, с. 239].

Серйозним недоліком, який ускладнює роботу з МІС на українському ринку, є відсутність вірогідних статистичних даних щодо рівня життя й купівельної спроможності населення. Якщо в розвинених країнах є чіткі й сталі методики оцінки соціальних класів, які засновані на рівнях річного доходу та виду занять, то в Україні подібна класифікація відсутня. Важливим показником, який дає змогу оцінити рівень життя населення, є середньодушовий дохід. Однак вірогідність цього показника є дуже сумнівною, оскільки громадяни занижують свої реальні доходи, декларують тільки офіційний заробіток, тоді як велика їх частина має не одне джерело доходу або отримує зарплату, яка набагато перевищує офіційну. Нерозвиненість ринку, систем дистрибуції та підлегла роль маркетингу на багатьох підприємствах також серйозно впливає на процес формування МІС.

Отже, підприємства, що працюють на українському ринку, стикаються з проблемою нестачі інформаційних джерел, адже кількість інформації, що отримується більшістю підприємств, є дуже незначною, а та, яка надходить від підприємства, неповністю відповідає критеріям повноти і достовірності. Через відсутність даних стосовно загального бізнес-контексту підприємства, найбільший дефіцит інформації існує на стратегічному рівні, тоді як операційні потреби підприємств в середньому задовольняються, на чому наголошується О.М. Ветітневим [1, с. 36].

Проте, незважаючи на проблеми, маркетингові дослідження в Україні останніми роками розвиваються досить активно, однак структура маркетингових досліджень, якою користується більшість підприємств, багато в чому відрізняється від прийнятої у світі.

Аналіз показав, що стосовно МІС можна виділити декілька груп підприємств, що діють на українському ринку:

- підприємства, у яких не вистачає ресурсів для отримання певної інформації;
- підприємства з консервативним стилем управління, які не розуміють цінності певної маркетингової інформації;
- підприємства, які розуміють цінність інформації про ринок, але у яких не вистачає необхідних ресурсів;
- підприємства, на яких існують повноцінні МІС.

Якщо порівнювати МІС на підприємствах, що діють на українському ринку, з їх зарубіжними аналогами з точки зору різних інформаційних джерел, то можна сказати, що вони виявляються багато в чому схожими. Підприємства, прагнучі отримати додаткові конкурентні переваги, звичайно, намагаються обробити якомога більше інформаційних джерел, а в результаті, намагаючись не відставати від конкурентів, користуються одними й тими ж джерелами даних.

Безліч зовнішніх чинників МІС, що існують на підприємствах України, націлені на вирішення принципово нових завдань, ніж подібні МІС в розвинених країнах, і суттєво від них відрізняються. Так, для зарубіжних підприємств під час роботи з МІС основне ускладнення полягає в надлишку даних, необхідності опрацювання, аналізу та трансформації даних з великої кількості джерел в інформацію, а потім – у знання про ринок [1, с. 35].

Проте в Україні створення МІС, що стало б реальним інструментом для ухвалення рішень, стає для підприємств першорядною проблемою. Для цього необхідно з урахуванням досвіду вже наявних МІС і природних обмежень, що обумовлені ринком, сформулювати її таким чином, щоб вона представляла значущі та корисні для ухвалення управлінських рішень дані про ринок. Оскільки основним чинником, стримуючим розвиток МІС в Україні, є недолік інформації для створення системи маркетингових знань, потрібно подолати розрізненість і неповноту даних, домогтися, щоб джерела даних, що надходять до системи, були регулярними, достовірними, зіставними і несуперечливими, давали цілісну картину ринку, давали змогу оцінити його обсяг і структуру.

П.А. Петриченко зазначав, що МІС повинні представляти ринок з двох точок зору, а саме з боку пропозицій і з боку попиту [5]. Для того щоб основні вимоги до даних дотримувалися, потрібно змінити методику збору даних з різних джерел та максимально збільшити вірогідність отримуваних даних. Така МІС дасть змогу оперативним і раціональним чином обробляти дані, фільтрувати та агрегувати їх, своєчасно надавати інформацію в необхідному обсязі

особам, які приймають рішення, чітко визначати джерела інформації та права менеджерів на кожному рівні управління. Але недостатній рівень культури участі населення в маркетингових дослідженнях приводить до того, що корисність досліджень споживчих потреб на українському ринку виявляється набагато меншою, ніж в розвинених країнах.

Слід окреслити проблеми, які виникають в процесі розроблення та впровадження МІС. Вони поділяються на методичні й організаційно-економічні.

Методичні проблеми охоплюють коло питань, серед яких насамперед вимагають рішення ті, що стосуються структури системи, основних її завдань, вибору методів та алгоритмів вирішення типових завдань управління маркетингом, застосування інформаційного, програмного та технічного забезпечення під час побудови й експлуатації МІС підприємства.

Другу групу проблем становлять організаційно-економічні, які пов'язані з вирішенням дилеми щодо розробника МІС, узгодження проекту МІС із наявною організаційною структурою підприємства та виділенням необхідних коштів на створення МІС, оцінюванням економічної ефективності.

Визначення шляхів розв'язання проблем створення МІС вимагає насамперед дослідження наявних концептуальних підходів до автоматизації функцій управління маркетингом. З урахуванням сучасних підходів до проектування МІС В.Г. Герасименко запропонована класифікація принципів її організації [2, с. 85–86]. Проте особливістю формування принципів проектування МІС є включення основних положень тієї наукової сфери, для якої вона розробляється.

Перший клас принципів (маркетингові) охоплює ті з них, якими керуються менеджери підприємств, що мають маркетингову орієнтацію.

Другу групу складають економіко-організаційні принципи. Серед них першим зазначається принцип системного підходу, сутність якого полягає у визначенні мети управління, виборі критеріїв оцінювання відповідності спроектованої системи поставленій меті, врахуванні взаємозв'язків підсистем та окремих елементів системи як між собою, так і з зовнішнім середовищем.

Третя група принципів – це інформаційно-технічні. Так, автоматизація та раціоналізація документообігу (безпаперова технологія) передбачає проходження більшості інформаційних потоків безпосередньо через ЕОМ. Можливості сучасної безпаперової технології забезпечують одночасність введення, збереження інформації, оперативність оброблення, достовірність і багаторазовість її використання, а також захист від несанкціонованого доступу.

Актуальною сьогодні є побудова ефективних маркетингових комунікаційних стратегій на основі МІС. Це сприяє досягненню як цілей маркетингових служб, так і цілей підприємства загалом; приводить до зменшення витрат і росту прибутку; позитивно впливає на клієнтів завдяки узгодженості, консолідації іміджу

бренда або підприємства. Клієнти мають доступ до необхідної інформації, що знижує перешкоди під час прийняття рішень про вибір нової продукції з різних варіантів, скорочує тривалість пошуку необхідної продукції, формує стале усвідомлення цінності бренда, довгострокові відношення з контактними аудиторіями.

Традиційний маркетинговий комунікаційний інструментарій складається з таких складових, як продажі; реклама; прямий маркетинг; PR, спонсорство, виставкова діяльність; корпоративний імідж; упаковка; кампанії просування продажів на місцях продажів і стимулювання торгівлі; неформальна громадська думка; Інтернет та нові мережні середовища [6, с. 55].

Інтеграція різних маркетингових комунікацій формує інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) як єдиний комплекс діяльності підприємства, спрямованої на максимальну економічну та соціальну вигоду з доступних ресурсів, що дають змогу синтезувати різні маркетингові інструменти. Д.Е. Шульц під ІМК розуміє стратегічний аналіз, вибір, застосування і контроль над усіма засобами маркетингових комунікацій, які забезпечують ефективну взаємодію між підприємством і його наявними та потенційними споживачами та клієнтами. Маркетингові комунікації, які інтегровані в рамках єдиної маркетингової стратегії, створюють переваги для підприємства перед конкурентами, сприяють збільшенню обсягів продажів і зростанню прибутку [8, с. 18].

Причина звернення до ІМК полягає в тому, що керівник дізнається про те, як споживачі та клієнти отримують, відбирають, обробляють і зберігають потрібну їм інформацію, як вони її використовують для прийняття рішень щодо своїх майбутніх покупок. Тому в процесі формуванні ІМК необхідно використовувати дві основні концепції:

1) концепція сприйняття того, як споживач відбирає, обробляє та зберігає у своїй пам'яті інформацію;

2) концепція опису того, як менеджер поповнює, оцінює та використовує інформацію, яку раніше відкладали в процесі розроблення програми інтегрованого маркетингу.

Істотна різниця між ІМК та традиційними, функціонально орієнтованими видами діяльності, які використовуються більшістю підприємств тривалий час, полягає в тому, що, по-перше, ІМК повинні впливати на поведінку цільової аудиторії, по-друге, ІМК плануються, розробляються, аналізуються та оцінюються з огляду на те, як вони впливають на поведінку конкретного споживача, на процес здійснення покупок сьогодні або в майбутньому, по-третє, мається на увазі розширене трактування концепції комунікацій.

Розширене трактування концепції комунікацій виходить із того, що поняття «комунікація» необхідно сприймати максимально широко. Існують елементи, які є основними в ІМК, зокрема ставлення до всіх маркетингових комунікацій; ставлення до економічного та ефективного аспектів комунікаційного процесу; універсальність концепції ІМК, можливість її використання будь-яким підприємством. Ключ до успішного функціонування ІМК полягає у чіткому визначенні того, які елементи комунікацій можна контролювати, а які – ні. Мистецтво менеджера ІМК виявляється в тому, як він використовує ІМК, щоб компенсувати несприятливі чи небажані комунікації та посилювати сприятливі.

Висновки. Отже, сьогодні досить актуальним завданням для українських підприємств є забезпечення ефективності стратегічного управління підприємством на основі впровадження комплексної маркетингової інформаційно-аналітичної системи. Незважаючи на перешкоди, які стоять на шляху впровадження інтегрованих маркетингових комунікацій у практичну діяльність підприємства, вони спільно з МІС отримують все більш широке визнання.

Список літератури:

1. Ветитнев А.М. Современная концепция маркетинга санаторно-курортных услуг. Вопросы курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. 2005. № 4. С. 35–37.
2. Герасименко В.Г. Принципы организации маркетинговой информационной системы в туризме. Туризм – высокорентабельная отрасль национальной экономики: материалы 2-й междунар. научно-практич. конф. (22 октября 2007 г.). Донецк: ДНТБ, 2007. С. 84–87.
3. Жарлінська Р.Г., Архипова Н.І., Крещенецька А.А. Методичні аспекти вирішення маркетингових задач у складі маркетингової інформаційної системи. Вісник Харківського національного економічного університету. 2010. № 3. С. 37–39.
4. Кеннет Р.Д. Маркетинговые информационные системы / пер. с англ. В.П. Аверчева. Москва: Экономика, 2001. 239 с.
5. Петриченко П.А. Формування маркетингової інформаційної системи санаторно-курортних установ. Вісник соціально-економічних досліджень. 2005. Вип. 19. С. 214–218.
6. Фроленко О.М. Маркетингова інформаційна система як засіб реалізації стратегічного потенціалу промислового підприємства. Інноваційна економіка. 2014. № 6. С. 238–243.
7. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / пер. с англ. В.И. Кузина. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 832 с.
8. Шульц Д.Е. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации / пер. с англ. С.И. Танненбаум, Р.Ф. Лаутерборн. Москва: ИНФРА-М, 2004. 233 с.
9. Brien R.H. Marketing information systems: a new dimension for marketing research. Journal of Marketing. 1998. Vol. 32. № 3. P. 19–23.

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье рассмотрены современные подходы к формированию маркетинговых информационных систем и интегрированных коммуникаций на предприятии. Рассмотрены новейшие тенденции, которые серьезно изменили подход к проектированию маркетинговых информационных систем и факторов, которые негативно влияют на ее развитие. Рассмотрены вопросы применения концепции маркетинговых коммуникаций и формирования эффективных маркетинговых коммуникационных стратегий на основе маркетинговых информационных систем, что положительно влияет на потребителей благодаря согласованности, рациональности, консолидации имиджа бренда или предприятия.

Ключевые слова: маркетинговые информационные системы, интегрированные коммуникации, концепции, маркетинговый выбор, коммуникативное решение, информационная непрозрачность.

MODERN CONCEPTIONS OF FORMING THE MARKETING INFORMATION SYSTEMS AND INTEGRATED COMMUNICATIONS AT THE ENTERPRISE

In the article modern concepts of formation of marketing information systems and integrated communications at the enterprise are considered. Current trends are considered, seriously changed the approach to the design of marketing information systems and factors that adversely affect development. The issues of applying the concept of marketing communications and the formation of effective marketing communication strategies based on IIAs are considered which positively affects consumers due to consistency, rationality, consolidation of brand image or enterprises.

Key words: marketing information systems, integrated communications, concepts, marketing choice, communicative solution, information opacity.

УДК 338.27

Яшкін Д.С.

асистент кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет

РОЛЬ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ В ОЦІНЮВАННІ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто різні підходи до отримання прогнозів збуту або попиту для оцінювання логістичних ризиків залежно від рівня новизни товарів та характеру ретроспективної інформації. Залежно від новизни товарів їх пропонується поділяти на три групи, такі як нові для підприємства та ринку; нові тільки для підприємства; не нові ні для ринку, ні для підприємства. Для кожної групи пропонується певний підхід до вибору методів прогнозування збуту або попиту. Для нових товарів для підприємства та ринку застосовуються методи, які не мають ніякої ретроспективної інформації щодо збуту. Для товарів, які відомі ринку або підприємству, пропонуються методи, які ґрунтуються на аналізі ретроспективних тенденцій.

Ключові слова: методи прогнозування, логістичний ризик, рівень новизни, ретроспективна інформація, ряд динаміки.

Вступ. Оцінювання є складовою управління логістичними ризиками, яка допомагає підвищити ефективність прийняття управлінських рішень. Застосування різних методів оцінювання логістичних ризиків допомагає перейти від прийняття управлінського рішення в умовах високої ентропії (повної невизначеності) до

прийняття управлінського рішення з більш передбаченими наслідками (мінімальна ентропія інформації). Серед методів оцінювання ризиків можна виділити статистичні; прогнозування; імітаційного моделювання; аналізу сценаріїв; дерева рішень; експертних оцінок; аналізу чутливості; аналогій.

Одним з методів оцінювання ризиків є прогнозування. Методи прогнозування застосовуються для оцінювання ризиків як на етапі підготовки бізнес-проектів, так і для корегування розрахунків стосовно попиту на наявну продукцію. В оцінюванні логістичних ризиків методи прогнозування можуть застосовуватися для визначення потреб відділу постачання та необхідних запасів готової продукції відділу збуту.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблеми прогнозування обсягів збуту підприємства досить широко представлені в роботах українських та закордонних дослідників. Так, в роботі О.П. Пархоменко [1] пропонується використовувати коефіцієнт еластичності попиту для зниження похибки прогнозу. В роботі Н.Г. Гуржія [2] для прогнозування збуту м'ясопереробних підприємств пропонується отримувати модель множинної регресії. М.А. Окландер та І.А. Педько [3] пропонують вибір методів прогнозування збуту пов'язувати з рівнем новизни товарів. О.Н. Кириленко та О.В. Кудрицька [4] пропонують використовувати методи математичної статистики у прогнозуванні розвитку ринку логістичних послуг в Україні. О.В. Корнієцький [5] обґрунтовує використання прогнозування як першого етапу в побудові логістичної системи розподілу продукції в умовах транспортно-логістичного комплексу.

Незважаючи на широке коло методів та моделей прогнозування обсягів збуту або попиту на продукцію промислового підприємства, в сучасних наукових дослідженнях недостатньо уваги приділяється вибору методів прогнозування залежно від ретроспективної поведінки ряду динаміки продажу певного товару, а також вибору методу прогнозування у зв'язку зі ступенем новизни товару.

Мета статті полягає в обґрунтуванні вибору методу прогнозування для оцінювання логістичних ризиків залежно від ретроспективних тенденцій збуту певного товару, а також ступеня новизни товару.

Викладення основного матеріалу. Прогноз кількості запасів готової продукції відділу збуту тісно пов'язаний з прогнозованим попитом на готову продукцію. Сьогодні існує багато методів прогнозування, за якими можна отримувати досить точні, надійні та адекватні моделі та прогнози. Деякі моделі вимагають ретроспективних даних, за якими отримують прогнози, а деякі дають змогу отримувати прогноз з огляду на певні припущення. Розглянемо, які з методів варто застосовувати під час оцінювання логістичних ризиків.

Методи прогнозування попиту можна навести у вигляді рис. 1.

Виділимо три ситуації:

- прогнозується попит на відомий товар, який не є новинкою ні для ринку, ні для підприємства;
- прогнозується попит на відомий товар, який є новим для ринку, але не є новим для підприємства;
- прогнозується попит на товар-новинку.

В разі відомого для підприємства та ринку товару та в разі відомого для ринку та не відомого для підприємства товару методи прогнозування, на наш погляд, є аналогічними, тому що за другої ситуації завжди можна скористатися відомими даними про ринкові дані іншого підприємства, для якого товар не є новим.

Серед цих методів слід виділити методи, які застосовуються в разі наявної тенденції у вихідних даних, та методи, які застосовуються без наявної тенденції в даних. До методів з наявною тенденцією слід віднести

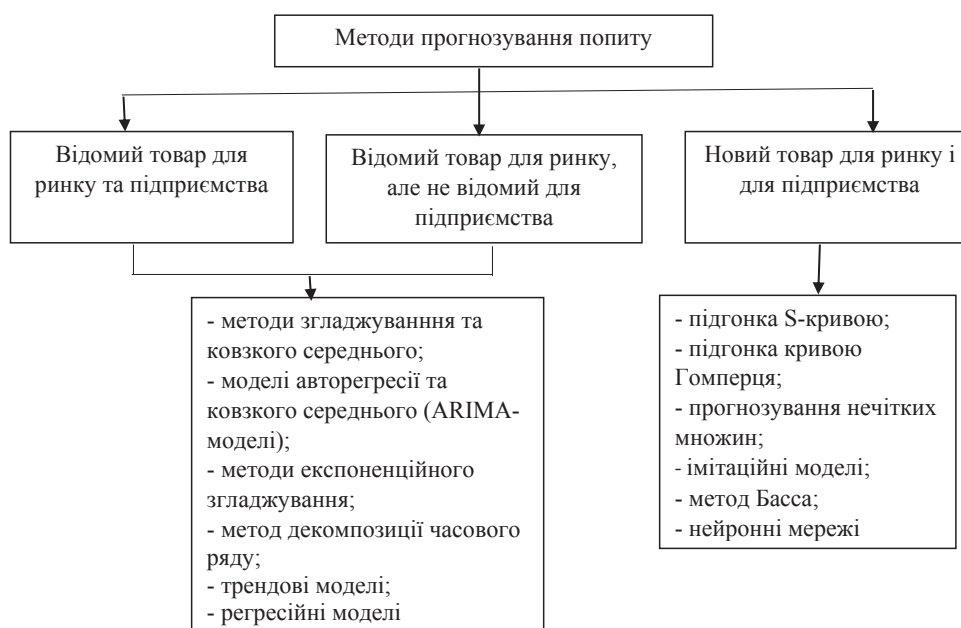


Рис. 1. Вибір методу прогнозування залежно від ситуації з ринком та товаром, що випускає підприємство

Джерело: авторська розробка

методи декомпозиції часового ряду, трендові моделі та регресійні моделі.

Методи декомпозиції часового ряду застосовуються в разі наявності сезонного попиту на продукцію підприємства. Їх сутність полягає у виокремленні тренду, тобто тенденції зростання або спадання часового ряду, а також сезонної складової. Для їх застосування необхідні щомісячні або щоквартальні вихідні дані з продажу продукції за мінімум 5 років. Друге обмеження цих методів стосується очікування збереження тенденцій, які спостерігалися на періоді передісторії.

Трендові моделі для отримання прогнозу використовують стандартні аналітичні моделі [6]:

- 1) лінійний тренд: $\hat{Y}_t = b_0 + b_1 t$;
- 2) параболічний тренд: $\hat{Y}_t = b_0 + b_1 t + b_2 t^2$;
- 3) гіперболічний тренд: $\hat{Y}_t = b_0 + b_1 / t$;
- 4) логарифмічний тренд: $\hat{Y}_t = b_0 + b_1 \ln(t)$;
- 5) експоненційний тренд: $\hat{Y}_t = b_0 + b_1 e^t$;
- 6) степеневий тренд $\hat{Y}_t = b_0 t^{b_1}$.

Вони є зручними для прогнозування. Їх основний недолік полягає в тому, що поведінка часового ряду на практиці за класичною аналітичною моделлю є скоріше виключенням, ніж закономірністю.

Парні та багатовимірні (множинні) регресійні моделі оцінюють залежність варіації продажу від інших факторів. Наприклад, від ціни товару, витрат на комунікації, доходу споживачів.

Метод експоненційного згладжування також характеризує дані з певною тенденцією, але ця тенденція не обов'язково виражається аналітично. Для застосування трендових моделей використовується метод Вінтерса, а саме експоненційне згладжування з урахуванням тренду та сезонних варіацій. Вінтерс у 1960 р. запропонував трипараметричну, лінійну та сезонну модель експоненційного згладжування [7]. Для оцінювання сезонних коливань у цьому методі задіюються додаткові рівняння. Мультиплікативна модель Вінтерса визначається чотирма рівняннями:

- 1) експоненційно згладжені ряди:

$$L_t = \alpha \frac{Y_t}{S_{t-s}} + (1 - \alpha)(L_{t-1} - T_{t-1});$$

- 2) оцінка тренду:

$$T_t = \beta(L_t - L_{t-1}) + (1 - \beta)T_{t-1};$$

- 3) оцінка сезонності:

$$S_t = \gamma \frac{Y_t}{L_t} + (1 - \gamma)S_{t-s};$$

- 4) прогноз на p періодів вперед:

$$\hat{Y}_{t+p} = (L_t + pT_t)S_{t-s+p},$$

де L_t – нова згладжена величина; α – постійна згладжування для даних ($0 < \alpha < 1$); Y_t – значення ряду в період t ; β – постійна згладжування для оцінювання тренду ($0 < \beta < 1$); T_t – оцінювання тренду; γ – постійна згладжування для оцінювання сезонності ($0 < \gamma < 1$); S_t – оцінювання сезонності; p – період прогнозування; S – тривалість періоду сезонного коливання; $\hat{Y}_{t+p}$ – прогноз на p періодів.

Поширеними моделями прогнозування часових рядів є моделі авторегресії та ковзкого середнього (AutoRegressive Integrated Moving Average, ARIMA) [8].

Авторегресійна модель порядку p має такий вигляд:

$$Y_t = \phi_0 + \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \varepsilon_p \quad (1),$$

де Y_t – відгук (залежна змінна) у часі t ; $Y_{t-1}, Y_{t-2}, \dots, Y_{t-p}$ – відгук в інтервали часу $t-1, t-2, \dots, t-p$ відповідно; $\phi_0, \phi_1, \phi_2, \dots, \phi_p$ – коефіцієнти моделі, які мають бути оцінені; ε_p – похибки, які визначають вплив факторів, що не враховані в моделі.

Модель з ковзким середнім порядку q задається таким рівнянням:

$$Y_t = \mu + \varepsilon_t - \omega_1 \varepsilon_{t-1} - \omega_2 \varepsilon_{t-2} - \dots - \omega_q \varepsilon_{t-q} \quad (2),$$

де Y_t – відгук (залежна змінна) у часі t ; μ – постійне середнє процесу; $\omega_1, \omega_2, \dots, \omega_q$ – коефіцієнти моделі, які мають бути оцінені; ε_t – похибки в попередні періоди часу, які в момент часу t були включені у відгук Y_t .

При комбінації моделі авторегресії (1) з моделлю ковзкого середнього (2) отримаємо змішану модель авторегресії ковзкого середнього (3), яка позначається ARMA (p, q), де p – порядок авторегресійної частини моделі, q – порядок частини ковзкого середнього:

$$Y_t = \phi_0 + \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \varepsilon_t - \omega_1 \varepsilon_{t-1} - \omega_2 \varepsilon_{t-2} - \dots - \omega_q \varepsilon_{t-q} \quad (3)$$

Модель ARMA (p, q) (3) дає описання широкого спектру поведінки стаціонарних рядів.

В разі виходу підприємства з новим товаром на новий ринок, воно не має можливості використовувати дані з періоду передісторії. Тут пропонується використовувати моделі з «підгонкою». До них відносять логістичні моделі.

Логістична крива, або крива Перла-Ріда, характеризує процеси з насиченням ринку. Її рівняння має такий вигляд [6]:

$$\hat{Y}_t = \frac{k}{1 + ab^t},$$

де k – горизонтальна асимптота графіка функції (лінія насичення ринку); a, b – додатні параметри, причому $b < 1$.

Для визначення параметрів логістичної моделі достатньо мати дві початкові умови та точку насичення ринку. Ці початкові умови задає дослідник залежно від своєї суб'єктивної думки. Тому до ризику коливань попиту додається ризик помилок дослідника.

Другою моделлю, де використовується метод «підгонки» є модель Гомперця. Вона також відноситься до моделей насичення ринку. Її рівняння має такий вигляд:

$$\hat{Y}_t = k * a^{b^t}.$$

Недоліки моделі Гомперця такі самі, як і у моделі Перла-Ріда.

Для отримання прогнозів продажу нового товару на новому ринку для промислового підприємства використовуються імітаційні моделі дифузії інновацій. Вони ґрунтуються на класифікації майбутніх покупців інноваційної продукції за споживчими типами

поведінки. Так, дифузійна модель Френка Басса враховує два комунікативні канали поширення інновацій у суспільстві, а саме рекламу та «сарафанне» радіо [9]. Всіх майбутніх споживачів інноваційної продукції у цій моделі автор поділив на новаторів та імітаторів. Новатори купують інноваційну продукцію під впливом реклами, імітатори роблять покупки під впливом коментарів новаторів.

Модель Басса складається з диференційного рівняння:

$$\frac{f(t)}{1 - F(t)} = p + qF(t), \quad (4)$$

де $F(t)$ – функція розподілу; $f(t)$ – щільність розподілу; p – коефіцієнт інновації; q – коефіцієнт імітації.

Обсяг реалізації інноваційної продукції у часі $S(t)$ є функцією, яка залежить від щільності розподілу $f(t)$:

$$S(t) = mf(t),$$

де m – ємність ринку.

Підставляючи розв'язок диференційного рівняння (4) у формулу $S(t)$, отримаємо:

$$S(t) = m \frac{(p+q)^2}{p} \frac{e^{-(p+q)t}}{(1 + \frac{q}{p} e^{-(p+q)t})^2}.$$

Час пікових продажів за моделлю Басса визначається за такою формулою:

$$t^* = \frac{\ln q - \ln p}{p+q}.$$

Для застосування моделі Басса необхідно визначити ємність ринку (m), коефіцієнт інновації (p) та коефіцієнт імітації (q). Коефіцієнт інновації вважається ефектом зовнішнього впливу або ефектом реклами. Зазвичай його значення коливається у діапазоні $[0-0,03]$. Коефіцієнт імітації вважається ефектом «сарафанного» радіо. Його значення коливається у діапазоні $[0-0,4]$.

Недоліком застосування моделі дифузії інновацій Басса є те, що коефіцієнти інновації та імітації важко визначити, для цього слід проводити експерименти, які характеризуються високою вартістю.

Нейронні мережі є складним методом, математичний інструментарій якого ґрунтується на багатопараметричній нелінійній оптимізації, де задіяні дискримінантний та кластерний види багатовимірного аналізу. Використання нейронних мереж для отримання прогнозів вимагає від дослідника володіння складним математичним інструментарієм цього методу, а також наявності спеціального програмного забезпечення.

До кількісних методів визначення ризиків у вигляді збитків підприємства в умовах невизначеності відносять теорію ігор. Для дослідження статистичних моделей за умов невизначеності, конфліктності та породженого ними ризику використовують схему гри з економічним середовищем, складовими якої є [10]:

- перший гравець (суб'єкт управління (особа, що приймає рішення), вибір стратегії поведінки якого ґрунтується на множині взаємно виключних рішень (чистих стратегій), одне з яких йому необхідно прийняти);

- другий гравець (економічне середовище, яке може перебувати в одному з кількох взаємно виключних станів, що утворюють множину сценаріїв, один із яких настане);

- відсутність у суб'єкта управління апріорної інформації про те, в якому зі своїх станів перебуватиме економічне середовище (яке рішення прийме другий гравець));

- знання суб'єкта управління функціоналу оцінювання, елемент якого є кількісною оцінкою ефективності результату в разі вибору ним певної стратегії в реалізації певного стану економічного середовища; в деяких випадках замість економічного середовища гравцем є природа.

Висновки. Вибір методу прогнозування збуту готової продукції або попиту на неї має ґрунтуватися на знаннях про ступінь новизни товару та ретроспективні тенденції ряду динаміки продажу. За ступенем новизни пропонується поділяти товари на нові для ринку та підприємства; нові тільки для підприємства; не нові ні для ринку ні для підприємства. Відповідно до ступеня новизни пропонується вибирати вид методу отримання прогнозу. В разі товарів, які нові і для ринку, і для підприємства, пропонується отримувати прогнози за такими методами, як підгонка S-кривою; підгонка кривою Гомперця; прогнозування нечітких множин; імітаційні моделі; метод Басса; нейронні мережі. В інших двох випадках пропонується отримувати прогнози за такими методами, як методи згладжування та ковзкого середнього; моделі авторегресії та ковзкого середнього (ARIMA-моделі); методи експоненційного згладжування; метод декомпозиції часового ряду; трендові моделі; регресійні моделі.

У подальших дослідженнях важливо зупинитися на визначенні кількісного вираження логістичних ризиків за певними прогнозними моделями збуту.

Список літератури:

1. Пархоменко О.П. Прогнозування обсягу збуту як елемент планування розвитку підприємства. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2013. Вип. 33. С. 258–262.
2. Гуржій Н.Г. Прогнозування збуту продукції м'ясопереробних підприємств. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 5 (67). С. 71–75.
3. Окландер М.А., Педько І.А. Прогнозування збуту інноваційної або імпортозамінної продукції підприємствами-виробниками бетону. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2016. № 13. С. 385–390.

4. Кириленко О.Н., Кудрицька О.В. Використання методів математичної статистики для прогнозування розвитку ринку логістичних послуг в Україні в сучасних умовах. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2009. Вип. 26. С. 166–171.
5. Корнієцький О.Г. Логістична система розподілу продукції в умовах транспортно-логістичного комплексу. Економічний аналіз. 2014. Т. 17. № 3. С. 35–41.
6. Ханк Д.Э., Уичкрн Д.У., Райтс А.Дж. Бизнес-прогнозирование / пер. с англ. 7-е изд. Москва: издательский дом «Вильямс», 2003. 656 с.
7. Winters P.R. Forecasting Sales by Exponentially Weighted Moving Averages. Management Science. 1960. № 6 (3). P. 324–342.
8. Box G.E.P., Jenkins, G.M., Reinsel, G.C. Time Series Analysis, Forecasting and Control. 3d ed. NJ.: Prentice Hall, Englewood Clifs, 1994.
9. Bass F.M. A new product growth for model consumer durables. Management Science. 1969. Vol. 15. P. 215–227.
10. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: монографія. Київ: КНЕУ, 2000. 259 с.

РОЛЬ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ОЦЕНИВАНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены различные подходы к получению прогнозов сбыта или спроса для оценивания логистических рисков в зависимости от уровня новизны товаров и характера ретроспективной информации. В зависимости от новизны товаров их предлагается разделять на три группы, такие как новые для предприятия и рынка; новые только для предприятия; не новые ни для рынка, ни для предприятия. Для каждой группы предлагается определенный подход к выбору методов прогнозирования сбыта или спроса. Для новых товаров для предприятия и рынка применяются методы, которые не имеют какой-либо ретроспективной информации по сбыту. Для товаров, которые известны рынку или предприятию, предлагаются методы, основанные на анализе ретроспективных тенденций.

Ключевые слова: методы прогнозирования, логистический риск, уровень новизны, ретроспективная информация, ряд динамики.

ROLE OF FORECASTING METHODS IN THE ASSESSMENT OF LOGISTICS RISKS OF MANUFACTURING ENTERPRISES

Different approaches to obtaining forecasts of sales or demand for assessing logistic risks are considered in the article, depending on the level of novelty of the goods and the nature of the retrospective information. Depending on the novelty of the goods, they are proposed to be divided into three groups: new for the enterprise and the market; new only for the enterprise; not new either for the market or for the enterprise. For each group, there is a certain approach to choosing methods for forecasting sales or demand. For new products for the enterprise and the market, methods that do not have any retrospective sales information are used. For products that are well-known for a market or an enterprise, methods are proposed based on the analysis of retrospective trends.

Key words: forecasting methods, logistics risk, level of novelty, retrospective information, time series.

5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК [631.15+631.8]:332.33

Улько Є.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва,
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ НА ОСНОВІ ТЕХНОЛОГІЙ БІОКОНВЕРСІЇ ПОРІВНЯНО З ТРАДИЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ ВНЕСЕННЯ ОРГАНІЧНИХ ДОБРИВ: МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ПРОЕКТУ

У статті розглянуто варіанти розроблення та впровадження проекту з вермивиробництва щодо формування еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів за досліджуваным господарством. Функціонування та реалізація проекту передбачають якісний управлінський та маркетинговий супровід на всіх його стадіях. У роботі наведено обчислення за двома варіантами проекту. Виявлено, що застосування обох варіантів є економічно та екологічно доцільнішим, ніж під час внесення традиційних органічних добрив. Установлено, що внесення біогумусу під озиму пшеницю, кукурудзу на зерно та соняшник дає змогу одержати економічний ефект за I варіанта у 988,2 тис. грн, за II варіанту – 3 553,3 тис. грн, а за внесення підстилкового гною – 439,6 тис. грн. Доведено, що перехід на впровадження проекту на основі технологій біоконверсії має високу рентабельність (індекс рентабельності становить 1,85), а термін окупності проекту становить до 3 років.

Ключові слова: біоконверсія, біогумус, еколого-економічна ефективність, земельні ресурси, проектний менеджмент.

Вступ. Сучасна система використання земельних ресурсів характеризується різноманітними деградаційними явищами. Незважаючи на докладені зусилля з боку науковців, а також у зв'язку з підвищенням інвестицій, зростанням крупнотоварного аграрного виробництва та рентабельності операційної діяльності рослинництва, впровадженням новітніх, зокрема ресурсощадних технологій з обробітку ґрунту, вирощуванням багатьох видів сільськогосподарських рослин за останні півтора десятиліття, все ж таки не вдалося остаточно сформувати систему екологічно безпечного землекористування, а подекуди відбувається посилення звуженого відтворення родючості ґрунтів.

У цьому контексті слід зазначити, що економічна ефективність використання земельних ресурсів здебільшого йде в розріз із їх екологічною ефективністю. Зважаючи на це, часто в господарській діяльності виробники нехтують елементарними принципами землекористування та недотримуються навіть основних законів землеробства. Тому така практика використання земельних ресурсів є загалом неприйнятною.

Так, одним із досить небезпечних екологічних наслідків недостатньо прикутої уваги до проблем ґрунтової родючості є емісія вуглецю з ґрунтового шару.

Дослідження, проведені в ННЦ «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О.Н. Соколовського», виявили істотний еколого-економічний збиток, завданий емісією вуглецю. Так, в середньому за 2011–2012 рр. еколого-економічний збиток від емісії вуглецю з розрахунку на 1 га для чорнозему типового залежно від способу основного обробітку ґрунту за оптимістичного варіанта становить 0,48–0,53%, а за песимістичним – 0,78–0,86% порівняно із середньою вартістю загального запасу гумусу [1, с. 129]. Тобто з урахуванням вартості запасу гумусу загальний щорічний збиток, який завданий емісією вуглецю, залежно від способу обробітку ґрунту варіюється від 138,8 до 248,7 дол. США/га. Водночас з'ясовано, що збиток, нанесений емісією вуглецю для чорнозему типового, залежно від системи удобрення є ще більшим, ніж за способу його обробітку, а також загалом змінюється від 159,1 до 289,2 дол. США/га [1, с. 129].

Коли йдеться про ерозію ґрунтів, то, як зазначає О. Канащ, щорічні прямі економічні втрати (тобто різниця між вартістю вирощуваної сільськогосподарської продукції і затратами на її одержання) перевищують 400 млн. грн. (в середньому 65 грн./га) [2, с. 27]. Отже, умовно можна оцінити ці прямі економічні втрати в іноземній валюті як 8,19 дол. США/га (згідно із середньорічним офіційним курсом НБУ за 2009 р.) [3, с. 229]. Між тим загальні щорічні збитки, які завдані під впливом ерозії ґрунтів, сягають понад 10 млрд. дол. США [4]. Отже, приведені вище дані яскраво свідчать про те, що розмір екологічних втрат (збитків) переважає економічні. Хоча останні, зокрема ті, що викликані присутньою деградацією ґрунтів, теж мають значний розмір і загалом негативно впливають на динаміку відтворення родючості ґрунтів.

Сучасна система планування розвитку територій в Україні, як вважають Т. Прядка та Т. Корбут, є недостатньо сформованою та збалансованою, а також не забезпечує позитивного результату в досягненні високої економічної ефективності та екологічної безпеки в землекористуванні, що особливо стосується території землеволодіння та землекористування за межами населених пунктів [5, с. 24]. Для подальшої екологізації землеробства та забезпечення розширеного відтворення родючості ґрунтів, а отже, підвищення економічної ефективності виробництва сільськогосподарської продукції слід здійснити кардинальні зміни в системі забезпечення надходження органічних речовин для живлення рослин. Це потребує розроблення науково обґрунтованих проектів, їх управління та складання детальних планів маркетингового супроводу на всіх етапах його реалізації. В їхню основу має бути покладено передові технології ефективної переробки органічних відходів, включаючи системи приготування, зберігання, транспортування та внесення якісного матеріалу в ґрунт, зокрема із застосуванням новітніх досягнень у біоконверсії.

Аналіз останніх наукових досліджень. Технології біоконверсії, зокрема вермикультивування, в науковій літературі посідає одне з важливих місць. До них прикута увага багатьох дослідників як далекого зарубіжжя, так і вітчизняних. До того ж це питання має досить глибокі історичні витоки, а також у відомому сенсі тісно пов'язане з органічним землеробством як альтернативним напрямом з мінімізації застосування різних хімічних речовин і препаратів виключно через єдність природних комплексів. Широкої відомості та популярності органічне землеробство набуло завдяки дослідженням сера Альберта Говарда, що знайшло відображення в його книзі «Заповідь хлібороба», яка була опублікована у США у 1943 р. [6].

Поштовхом до розвитку органічного землеробства, зокрема виробництва біогумусу, сприяло виведення червоного каліфорнійського черв'яка. І вже з 60-х рр. XX ст. у США були організовані промислові ферми з виробництва біогумусу. Слід зазначити, що за даними, які наводить В. Горбунов, вже на початок 1980 р. у

США діяло більше 1 400 крупних спеціалізованих виробництв з переробки гною в гумусне добриво завдяки черв'якам. При цьому добова продуктивність переробки підстилкового гною в більшості господарств становила 150 т [7].

З огляду на певні переваги інтенсивних технологій порівняно з технологіями альтернативного землеробства, а особливо з огляду на можливість одержати швидкий і за обсягом часто більший економічний ефект, все ж таки активність органічного руху не послаблюється. Навпаки, в останні десятиріччя в усьому світі все більше стали звертати увагу на біологізацію землеробства, зокрема з кожним роком збільшується попит на органічну продукцію. Можна з деякою впевненістю говорити, що формуються стійкі переконання споживачів у вимогах до якості продукції, де остання одержана завдяки органічному походженню, тобто без застосування хімічних препаратів, синтетичних добрив тощо, все більше постає як еталон або в певному сенсі є відзеркаленням здорового способу життя [8, с. 123].

Біогумус є цінним органічним добривом, оскільки за поживністю 1 т еквівалентна 60–40 т гною. Тим більше, він «омолоджує» ґрунти, де навіть виснажені, холодні й «мертві» ґрунти відроджуються після систематичного внесення біогумусу впродовж 4-х років з розрахунку 3 т/га [9, с. 35–36]. Однак неповнота врахування ризиків і допущені похибки на стадії проектування здатні призвести до фіаско (провалу проекту), навіть якщо це стосується виробництва високоцінного органічного добрива. Таким чином, передбачення (моделювання) системних, ринкових, зокрема цінових, ризиків у розробленні програми проекту є невід'ємною складовою ефективною діяльності в галузі проектного менеджменту. Тоді ключовим чинником має виступати забезпечення ринкової стійкості функціонування розробленого проекту [10].

Для якісної розробки проекту з вермикультивування необхідно враховувати найбільш сучасні досягнення серед виробників та науковців. Отже, питаннями виробництва вермикомпосту та біоконверсійними процесами займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як, зокрема, А. Бабенко, В. Герасименко, А. Горова, А. Ігонін, І. Карпець, С. Максимова, І. Мельник, Ван Джа Нін, В. Сендецький, В. Таргоня, Н. Терещенко.

Зважаючи на істотний науковий і практичний доробок вищезазначених вчених із питань біоконверсії та вермикультивування, бачимо, що залишаються не до кінця вирішені й висвітлені проблеми, які пов'язані із застосуванням проектного менеджменту щодо формування еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів та їхнього порівняння з традиційними системами внесення органічних добрив і вермикомпосту.

Мета статті полягає в дослідженні та виявленні потенційних можливостей щодо формування еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів на підставі здійснення управління проектом впровадження в господарську діяльність технологій

біоконверсії; здійсненні їх порівняльного оцінювання з традиційними системами внесення органічних добрив.

Викладення основного матеріалу. Перш за все потрібно відзначити, що розробка проекту, який включає невід’ємні етапи, такі як організаційний, маркетинговий, фінансовий, юридичний супровід, повністю адаптована під впровадження технології біоконверсії щодо одержання біогумусу та біомаси для ПОСП «Мажарка» Кегичівського району Харківської області. Тому першим кроком є проведення загального економічного аналізу стану цього агропідприємства та з’ясування необхідності впровадження саме технологій біоконверсії.

Однією з таких проблем, які змушують шукати альтернативні шляхи, є нераціональне використання наявного підстилкового гною, який накопичується у звалених буртах, що є традиційною складовою системи внесення гною для більшості тваринницьких господарств України. Іншою причиною є низький рівень ефективності використання запасів гною в господарстві з одночасним значним дефіцитом гумусу в ґрунтах.

Загальний баланс гумусу та в розрахунку на один гектар посівної площі в досліджуваному господарстві за три останні роки наведено в табл. 1.

Як можна впевнитися з табл. 1, баланс гумусу в розрізі сільськогосподарських культур досить сильно різниться. Особливо це видно в посівах цукрового буряку (+442 кг/га) та ярого ячменю (-855 кг/га). Тому за першого варіанта досягнуто позитивний баланс гумусу, а за другим, навпаки, – гостродефіцитний. До основних причин, які привели до такого стану, слід віднести нерівномірність внесення та водночас недостатній обсяг запасів органічних добрив на конкретні періоди проведення технологічних робіт. Крім того, слід зазначити, що через низький рівень гумусифікації підстилкового гною хоча в господарстві й вносили в середньому на 1 га посівної площі близько 4,9 т/га, проте цього виявилось недостатньо для того, щоб покрити загальний дефіцит гумусу в ґрунтах, який становить 314 кг/га. Отже, не лише обсяг внесення органічних добрив впливає на величину балансу гумусу, але й їхня якість виступає важливим чинником до формування його позитивних змін.

В основу розроблення проекту з вермивиробництва у досліджуваному господарстві покладено технологічні карти з вирощування сільськогосподарських культур під назвою «екологія», які запропоновані в монографії [11]. Проте необхідність включення цих технологічних карт зумовлена розробленням проекту виробництва біогумусу для безпосередніх потреб господарства. Тому обчислення економічного ефекту зумовлюється не ринковими ціна на продукцію вермивиробника, а одержанням додаткового приросту врожаю від їх внесення під певну сільськогосподарську культуру.

Важливо під час управління проектом враховувати його технічні та технологічні параметри. Ключові параметри виробництва біогумусу (вермикомпосту) та біомаси, зокрема пропозицій щодо складання технологічних карт з функціонування вермигосподарства, взяті з розробок авторів згідно з літературними джерелами [11; 12]. Крім того, в основу проектного розроблення покладена технологія вермикультивування в буртах, розміщених у просторах приміщеннях на території тваринницької ферми. Такий спосіб дає змогу істотно заощадити виробничі запаси, а особливо паливно-мастильні матеріали. До того ж цей спосіб створює сприятливі умови для більшої механізації та автоматизації виробничого процесу.

Враховуючи фактичні посівні площі трьох досліджуваних сільськогосподарських культур (озима пшениця, кукурудза на зерно та соняшник) та застосовуючи технологічні карти «екологія» з їх вирощування, обчислили загальний економічний ефект від прямого приросту врожаю цих сільськогосподарських культур залежно від внесення підстилкового гною та біогумусу. Згідно зі внесенням підстилкового гною в господарстві розрахунковий приріст валової продукції (доходу) становить 2 887,6 тис. грн., а за внесення біогумусу він істотно збільшився і вже становить 4 473,4 тис. грн. Тобто приріст валової продукції за трьома сільськогосподарськими культурами збільшився на 55% залежно від виду внесеного органічного добрива.

На підставі технологічної карти з виробництва біогумусу та біомаси нами прокалькульовані відповідні статті витрат. Однак через одержання двох видів

Таблиця 1

**Баланс гумусу за сільськогосподарськими культурами
та на 1 га посівної площі аграрного підприємства (середнє), тис. т (т/га)**

Сільськогосподарські культури	Площа, га	Статті балансу гумусу, тис. т		Баланс гумусу (+, -)	
		гумусифікація	мінералізація	всього, тис. т	на 1 га, кг
Озима пшениця	590	0,654	0,797	-0,143	-242
Ярий ячмінь	186	0,070	0,229	-0,159	-855
Кукурудза на зерно	220	0,256	0,343	-0,087	-395
Соняшник	210	0,270	0,292	-0,022	-105
Цукровий буряк	43	0,087	0,068	+0,019	+442
Разом	1 249	1,337	1,729	-0,392	-314

Примітка: під час обчислення величин за статтями балансу гумусу застосовувалися відповідні розрахункові та нормативні коефіцієнти залежно від досягнутої фактичної урожайності сільськогосподарських культур

Джерело: складено автором на підставі власних розрахунків

продукції (біогумус та біомаса) загальні нормативні витрати теж були розподілені на два варіанти (табл. 2).

Згідно з калькулюванням витрат на промислове утримання та розведення каліфорнійських дощових черв'яків проект передбачає загальні витрати, які становлять 9 620,9 тис. грн. для ПОСП «Мажарка» Кегічівського району Харківської області. Відмінними рисами характеризуються варіанти розподілу витрат, що пояснюють важливість одержання продукції від вермивиробництва. У першому варіанті передбачено крайній випадок, коли в господарстві здійснюватиметься виробництво єдиної продукції – біогумусу. Звідси випливає, що супутня продукція, якою є біомаса, спрямовуватиметься на відновлення популяції в масштабах проектних обсягів виробництва біогумусу, а весь залишок піде на корм худобі або на утилізацію. Цей варіант початково є затратним, оскільки 100% усіх витрат, пов'язаних з технологічним процесом утримання каліфорнійських черв'яків, буде віднесено на виробництво біогумусу.

Згідно з другим варіантом передбачено розподіл загальних витрат відповідно до виробництва біогумусу та біомаси. Спосіб розподілу прямих виробничих витрат враховує вихід продукції та подальшу її оцінку за ринковою ціною [12]. Звідси випливає, що сума витрат розподілиться таким чином: на виробництво біогумусу спрямовуватимуться 2 539,9 тис. грн., або 26,4%, а на виробництво біомаси – 7 080,9 тис. грн., або 73,6%. Як бачимо, переважна частина через різний валовий дохід у вермивиробництві припадатиме на біомасу.

Проект з виробництва біогумусу (вермикомпосту) та біомаси для ПОСП «Мажарка» передбачає загальне забезпечення щорічних потреб з відповідним дотриманням оптимальної структури посівів перш за все для основних трьох сільськогосподарських культур,

що досягається у виробництві біогумусу у кількості 11 262,8 т. При цьому привабливою є подальша біологізація кормовиробництва на базі внесення біогумусу для забезпечення підвищення врожайності сіяних кормових культур.

За умови дотримання I варіанта проекту собівартість 1 т біогумусу становитиме 854,22 грн., що за прийнятою ціною реалізації, яка обчислена на базі прогнозу рівня очікуваних змін цін на біогумус на період реалізації проекту, складає близько 750 грн./т, при цьому проект є збитковим (табл. 3).

Тому однозначно кращими та економічно доцільнішими є розробка й упровадження управління проектом за другого варіанта з одночасним виробництвом і біогумусу в розмірі 11 262,8 т, і біомаси з подальшим формуванням для продажу або господарського обміну лож у загальній кількості 15 660 шт. За цієї ситуації докорінно змінюється собівартість біогумусу, що становить 225,51 грн./т. У такому разі виробництво біогумусу стає високорентабельним, складаючи 232,6%. Отже, більш низька собівартість біомаси порівняно з ринковими цінами на неї дає змогу розглядати цей напрям як досить економічно привабливий. Рівень рентабельності виробництва 1 ложі становить 231,7%. Проте серед організацій проєктантів із вермикультивування одержують і більш вражаючі показники рентабельності виробництва продукції. Наприклад, рентабельність такого проекту може досягнути й 300% [13], а подекуди розмах цього показника є ще суттєвішим (від 200% до 700%) [14].

Таким чином, впровадження проекту з вермивиробництва потрібно здійснювати за другого варіанта, коли біомаса спрямовуватиметься або на продаж, або на внутрішньогосподарське використання. Перевага запропонованого проекту внесення біогумусу в рамках технології «екологія» полягає в тому, що, незважаючи

Таблиця 2

Калькулювання виробничих витрат залежно від двох варіантів

Стаття витрат	I варіант	II варіант
Витрати на оплату праці	1 408 942	1 408 942
Відрахування на соціальні заходи	309 967	309 967
Сировина та матеріали	4 150 500	4 150 500
Паливо та мастильні матеріали	1 332 513	1 332 513
Витрати на утримання основних засобів, усього	1 112 846	1 112 846
зокрема, на амортизацію	436 410	436 410
на поточний ремонт і технічне обслуговування	676 436	676 436
Роботи й послуги	15 000	15 000
Загальновиробничі витрати (5%)	416 488	416 488
Інші витрати (10%)	874 626	874 626
Всього витрат	9 620 882	9 620 882
Розподіл загальних витрат на біогумус, %	100,0	26,4
Розподіл загальних витрат на біомасу, %	0,0	73,6
Всього витрат на біогумус, грн.	9 620 882	2 539 913
Всього витрат на біомасу, грн.	0	7 080 969
Вихід продукції біогумусу, т	11 262,8	11 262,8
Вихід продукції біомаси, лож	0	15 660

Джерело: складено автором на підставі власних розрахунків за даними джерел [11; 12]

Таблиця 3

Економічна ефективність виробництва біогумусу і біомаси за двома з варіантів у ПОСП «Мажарка» Кегичівського району Харківської області

Показник	I варіант (одержання лише біогумусу)	II варіант (одержання біогумусу та біомаси з подальшим формуванням лож)
Собівартість продукції 1 т біогумусу	854,22	225,51
Собівартість продукції 1 ложі біомаси	X	452,17
Ціна реалізації (грн.) 1 т біогумусу	750,00	750,00
Ціна реалізації (грн.) 1 ложі біомаси	X	1 500,00
Прибуток (+), збиток (-) (грн.) 1 т біогумусу	-104,22	524,49
Прибуток (+), збиток (-) (грн.) 1 т біомаси	X	1 047,83
Рівень рентабельності (%) 1 т біогумусу	-12,2	232,6
Рівень рентабельності (%) 1 ложі біомаси	X	231,7

Джерело: складено автором на підставі власних розрахунків

Таблиця 4

Розрахунок економічного ефекту залежно від різних варіантів внесення добрив (органічних і біогумусу) у ПОСП «Мажарка» Кегичівського району Харківської області

Сільськогосподарська культура	Вартість приросту валової продукції, тис. грн.		Додаткові витрати на внесення добрив за варіантами			Економічний ефект за варіантами внесення добрив		
	від унесення органічних добрив	від унесення біогумусу	органічних	біогумусу		органічних	біогумусу	
				I (854,22 грн./т)	II (225,51 грн./т)		I (854,22 грн./т)	II (225,51 грн./т)
Озима пшениця	1 610,7	2 478,0	1 416,0	2 016,0	532,2	194,7	462,0	1 945,8
Кукурудза на зерно	667,9	987,4	528,0	751,7	198,5	139,9	235,7	788,9
Соняшник	609,0	1 008,0	504,0	717,5	189,4	105,0	290,5	818,6
Разом (за проектом)	2 887,6	4 473,4	2 448,0	3 485,2	920,1	439,6	988,2	3 553,3

Джерело: складено автором на підставі власних розрахунків

Таблиця 5

Рівень рентабельності вирощування сільськогосподарських культур залежно від проектів унесення біогумусу (вермикомпосту) порівняно з органічними добривами в агропідприємстві

Сільськогосподарська культура	Рівень рентабельності за варіантами внесення добрив, %			Приріст (+), зменшення (-) рівня рентабельності порівняно з унесенням органічних добрив, %	
	органічних	біогумусу (вермикомпосту)		I варіант (854,22 грн./т)	II варіант (225,51 грн./т)
		I варіант (854,22 грн./т)	II варіант (225,51 грн./т)		
Озима пшениця	106,3	115,2	148,0	8,9	41,7
Кукурудза на зерно	92,5	99,5	131,6	7,0	39,1
Соняшник	90,3	93,8	125,7	3,5	35,4

Джерело: складено автором на підставі власних розрахунків

на загальні витрати, які може здійснити господарство, будь-який з варіантів залишається прийнятним, оскільки здобутий економічний ефект є значно вищим, ніж за «традиційної» системи використання органічних добрив (табл. 4).

Серед усіх варіантів найвищі додаткові витрати у сумі 3 485,2 тис. грн. пов'язані з унесенням біогумусу, собівартість якого становить 854,22 грн./т. На варіанті внесення біогумусу, коли собівартість виробництва 1 т становила 225,51 грн, що значно більше, ніж вартість внесення підстилкового гною, додаткові витрати були меншими, ніж у разі внесення органічних добрив, вартість яких становила 2 448 тис. грн.

Як бачимо з даних табл. 4, економічний ефект змінюється залежно від проектних рішень за варіантами в розрізі окремих сільськогосподарських культур. За

другого варіанта внесення біогумусу можна досягти зростання економічного ефекту на 3 553,3 тис. грн. Під час унесення на посівних площах підстилкового гною, навпаки, економічний ефект найнижчий і становить лише 439,6 тис. грн. Тобто господарство саме в змозі вибрати, яким шляхом йому ліпше підвищувати ефективність господарської діяльності. Однак в будь-якому разі вибір системи внесення органічних добрив істотно вплине на його фінансовий стан.

Результати обчислення рівня рентабельності вирощування сільськогосподарських культур по полю сівозміни за варіантами проекту та під час внесення підстилкового гною (традиційних органічних добрив) наведено в табл. 5.

З даних табл. 5 випливає, що внесення біогумусу за першим і другим варіантами порівняно зі внесенням

традиційних органічних добрив має переваги за всіма сільськогосподарськими культурами. Особливо високий рівень рентабельності одержаний на вирощуванні озимої пшениці. Для неї приріст рівня рентабельності за I і II варіантами порівняно зі звичайним органічним добривом становить 8,9% і 41,7% відповідно.

Управління проектом та його маркетинговий супровід на базі ПОСП «Мажарка» Кегичівського району Харківської області доводить високоефективне вермивиробництво. Це підтверджується також тим, що, незважаючи на досить питомі капіталовкладення в цей проект, термін його окупності становить до 3 років, а індекс рентабельності – 1,85.

Висновки. Проведені дослідження дають всі необхідні підстави для формулювання конкретних висновків щодо переваг від упровадження технологій біоконверсії з виробництва біогумусу та біомаси. Такий захід дасть змогу кардинально покращити надходження органічних речовин, необхідних для продуктивного живлення рослин. Заміна традиційної системи внесення органічних добрив (підстилкового гною тощо) приводить до примноження еколого-економічного ефекту з вирощування сільськогосподарських культур та покращує фінансове становище товаровиробника.

Встановлено, що впровадження будь-якого варіанта розробленого проекту з вермивиробництва є більш

економічно доцільним, ніж за внесення звичайного органічного добрива (підстилкового гною). Так, економічний ефект від унесення звичайного органічного добрива становить 439,6 тис. грн., а в разі внесення біогумусу, згідно з першим і другим варіантами, істотно зростає і становить 988,2 і 3 553,3 тис. грн. відповідно.

З'ясовано, що висока рентабельність проекту можлива за другого варіанта, який передбачає виробництво біогумусу (вермикомпосту) та використання біомаси на кормові цілі або продаж її за межі господарства. В такому разі рентабельність виробництва біогумусу та біомаси становить близько 232,6% і 231,7% відповідно. При цьому показники фінансової частини проекту з вермивиробництва вказують на те, що він є високорентабельним (індекс рентабельності становить 1,85) з терміном окупності до 3 років.

Одержані дані показують, що на внесення біогумусу сільськогосподарські культури по-різному реагують. Найбільший приріст рівня рентабельності відзначається за озимою пшеницею та кукурудзою на зерно. Однак за внесення біогумусу всі досліджувані культури мали позитивний вплив на приріст економічної ефективності. Отже, впровадження технології біоконверсії в господарську діяльність на основі управління проектом сприятиме формуванню еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів.

Список літератури:

1. Кучер А., Анісімова О., Улько Є. Ефективність інновацій для раціонального використання ґрунтів: теорія, методика, аналіз: монографія. Харків: ФОП Бровін О., 2017. 275 с.
2. Канаш О. Сучасне співвідношення екологічних і економічних проблем землекористування. Землевпорядний вісник. 2010. № 5. С. 27–29.
3. Статистичний щорічник України за 2016 рік / за ред. І. Вернера. Київ: Державна служба статистики України. 2017. 611 с. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Організація сільськогосподарського використання земель на ландшафтно-екологічній основі / за заг. ред. П. Казьміра. Львів: СПОЛОМ, 2009. 254 с.
5. Прядка Т., Корбут Т. Основи планування сталого землекористування. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2012. № 3–4. С. 24–27.
6. Howard A. An agricultural testament. Oxford University Press, New York and London. 1943. 295 p. URL: http://www.journeytoforever.org/farm_library/howardAT/ATtoc.html.
7. Улько Є. Формування інноваційного процесу розширеного відтворення ґрунтових ресурсів на базі техніко-економічного обґрунтування технологічних операцій з переробки посліду на компост. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку аграрного сектора економіки в умовах інтеграційних процесів: матеріали II Міжнарод. наук.-практ. конф. (25 жовтня 2017 р., м. Харків, ХНАУ ім. В.В. Докучаєва). Харків: ХНАУ, 2017. С. 123–127.
8. Горбунов В. Дождевые черви для повышения урожая. Москва: Астрель, 2012. 192 с. URL: vermi-ferma.com.ua/gorbunov.php.
9. Буцяк А. Використання біогумусу для підвищення родючості ґрунту і одержання екологічно безпечної продукції. Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. 2012. Т. 14. № 2 (52). С. 33–36.
10. Улько Є. Забезпечення ринкової стійкості сільськогосподарських підприємств на основі проектного менеджменту. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Спецвипуск. С. 300–308.
11. Бухало О. Організація ефективного землекористування в сільськогосподарських підприємствах: монографія. Харків: ТОВ «Едена», 2012. 417 с.
12. Чуйко Н. Ефективність використання ресурсів у скотарстві: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04. Харків, 2007. 214 с.
13. Вермипроизводство – производство во благо // Технология внедрения вермипроизводства. URL: http://www.lukaltld.ru/otv_quest.htm.
14. Нариті гроші: рентабельність хробакової ферми сягає 700%. URL: <https://agroday.com.ua/2018/05/10/daly-hrobaka-rentabelnist-hrobakovoyi-fermy-syagaye-700>.

**ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ БИОКОНВЕРСИИ
СРАВНИТЕЛЬНО С ТРАДИЦИОННЫМИ СИСТЕМАМИ ВНЕСЕНИЯ УДОБРЕНИЙ:
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА**

В статье рассмотрены варианты разработки и внедрения проекта по вермипроизводству касательно формирования эколого-экономической эффективности использования земельных ресурсов по исследуемому хозяйству. Функционирование и реализация проекта предусматривают качественное управленческое и маркетинговое сопровождение на всех его этапах. В работе приведены вычисления по двум вариантам проекта. Выявлено, что применение обоих вариантов является экономически и экологически целесообразным, чем при внесении традиционных органических удобрений. Установлено, что внесение биогазуса под озимую пшеницу, кукурузу на зерно и подсолнечник позволяет получить экономический эффект по I варианту в 988,2 тыс. грн., по II варианту – 3 553,3 тыс. грн., а при внесении подстильного навоза – 439,6 тыс. грн. Доказано, что переход на внедрение проекта на основе технологий биоконверсии имеет высокую рентабельность (индекс рентабельности составляет 1,85), а срок окупаемости проекта составляет до 3 лет.

Ключевые слова: биоконверсия, биогазус, эколого-экономическая эффективность, земельные ресурсы, проектный менеджмент.

**THE FORMING ECOLOGICAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF USING LAND RESOURCES
ON BASE TECHNOLOGIES BIOCONVERSION AT COMPARABLE WITH TRADITIONAL
FERTILIZATION SYSTEMS: MANAGEMENT AND MARKETING OF PROJECT**

In the article variants of development and introduction of the project from producing vermiproductions on formation of ecological and economic efficiency of land resources use for the investigated household have been considered. The functioning and implementation of the project are provided of quality to management and marketing support at all stages its. The paper two variants calculations by project have been presented. It was found that the use of both variants are economically and ecologically expedient than when applying traditional organic fertilizers. The biohumus introduce under winter wheat, corn and sunflower allows to obtain an economic effect for the first variant in 988.2 thous. UAH, for the second variant – 3 553.3 thous. UAH and when applying manure only 439.6 thous. UAH have been established. It is proved that the transition to the implementation of the project based on bioconversion technologies has a high profitability (profitability index 1.85), and the payback period of the project is up to 3 years.

Key words: bioconversion, biohumus, ecological and economic efficiency, land resources, project management.

6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.431

Акіліна О.В.кандидат економічних наук, доцент,
Київський університет імені Бориса Грінченка

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА МОЛОДІЖНОМУ РИНКУ ПРАЦІ СУЧАСНОГО МІСТА

Місто як складна інтегральна система завжди генерує та акумулює економічні, політичні, соціальні та культурні ресурси, виступає основним рушієм прогресивних змін. Без системного перетворення українських міст, зокрема міста Києва, проголошений курс на демократичні перетворення й євроінтеграцію України є неможливим. Сучасні управлінські орієнтири керування процесами змін у сфері зайнятості полягають в тому, щоб керувати людьми, а не корпоративними інтересами, а також створювати закони, які відповідають міжнародним стандартам праці та відкривають демократичний простір, що дає працівникам право голосу у своїй громаді та на робочих місцях. Молодіжна політика на ринку праці повинна створити основи для того, щоб молодь залишалась у наших містах та допомагала їх розвивати. Міста з клієнтоорієнтованим управлінням та зрозумілою стратегією, спрямованою на перспективу, матимуть значну перевагу в умовах конкуренції.

Ключові слова: зміни, сталий розвиток, ринок праці, зайнятість, молодь.

Вступ. У масштабах України Київ був і залишається втіленням усіх особливостей, вад та трансформацій тривалого транзитивного періоду, який наша держава переживає з початку 1990-х років. Тому питання визначення місця Києва у системі координат загальних містобудівних тенденцій, стратегій його комплексного урбаністичного розвитку є дуже актуальними.

У сучасних українських реаліях великі міста потребують стрімких змін для того, щоб стати центрами муніципально-регіонального розвитку та взяти на себе відповідальність за територіальну згуртованість. Завдяки ефекту агломерації вони мають потенціал для запровадження інноваційних виробництв, розвитку сфери послуг та управлінської діяльності. Пропонуючи постійні робочі місця та стабільні доходи для населення, великі міста повинні бути центрами формування та відтворення сфери зайнятості, зокрема такої її найбільш уразливої частини, як молодіжна зайнятість. Ефективні зміни у сфері зайнятості не є спонтанними, в їх основі повинна перебувати продумана стратегія розвитку місцевого ринку праці, що враховує наявний професійно-кваліфікаційний дисбаланс, наслідки старіння населення, міграційні тенденції, місцеву специфіку, а також вплив глобалізаційних процесів та ІКТ-технологій; активно використовує інструменти соціального та державно-приватного партнерства; націлена на пріоритети молодіжної зайнятості.

Аналіз останніх наукових досліджень. Аналіз сучасних зарубіжних досліджень і публікацій засвідчує, що світова спільнота постійно і цілеспрямовано розробляє програми молодіжної політики. Особливостям функціонування молодіжних ринків праці також приділено увагу в багатьох сучасних наукових дослідженнях. Зокрема, МОП проводила масштабні дослідження кризи у сфері зайнятості молоді та молодіжної зайнятості в країнах Східної Європи («Криза у сфері зайнятості молоді: час діяти»; «Молодіжна зайнятість в країнах Східної Європи: криза всередині кризи»). Проблематика програмного регулювання молодіжного ринку праці розглянута в складених МОП методологічних керівництвах зі складання національних планів дій в галузі молодіжної зайнятості, з аналізування ринку праці молоді та оцінювання молодіжних програм зайнятості.

Слід відзначити, що найважливішим засобом оцінки стану й перспектив міської зайнятості є дослідження життєвого циклу міста та проблем його сталого розвитку. В Україні дослідженням проблем управління зайнятістю в умовах сталого розвитку міст займаються О. Амоша, В. Антонюк, С. Гончарова, Б. Данилишин, Л. Ільч, А. Колот, Е. Лібанова, О. Лебедева, Г. Назарова, О. Новікова, О. Радіонова, І. Петрова, Л. Шаульська та інші науковці. Аналізуючи статистичні дані, вчені відзначають, що зростання молодіжного безробіття супроводжується скороченням інвестицій в

освіту, переорієнтацією молоді на сектор неформальної зайнятості, втратами найбільш продуктивної частини населення через трудову міграцію, соціальною нестабільністю, зміною освітніх та професійних орієнтирів.

Водночас в умовах нових викликів децентралізованого розвитку територій питання функціонування, регулювання та розвитку регіональних та локальних ринків праці, зокрема молодіжних, залишається актуальним та потребує розроблення нових інструментів та методів, оцінювання їх дієвості. Нагальною стає потреба переходу до стратегічного управління міською зайнятістю. Це важливо, адже в Україні починають з'являтися стратегічні плани розвитку міст.

Мета статті полягає у визначенні управлінських орієнтирів керування процесами змін на молодіжному ринку праці міста Києва.

Викладення основного матеріалу. Згідно з визначенням ООН стале місто є містом, у якому досягнення в суспільному, економічному та фізичному розвитку є постійними. Сталий розвиток міста забезпечує безпеку його населення й високу якість життя. У травні 2007 року ухвалено Лейпцизьку Хартію «Міста Європи на шляху сталого розвитку», у якій європейським містам рекомендується розглянути питання розроблення програм інтегрованого міського розвитку на загально-міському рівні [1]. Такі інструменти планування, спрямовані на досягнення поставлених цілей, повинні [1]:

- характеризувати сильні й слабкі сторони міста та міських районів на основі аналізу актуального стану речей;
- визначити послідовні цілі розвитку міської території, створити картину майбутнього міста;
- узгодити різні частини планів та забезпечити, щоб передбачені інвестиції сприяли врівноваженому розвитку міської території;
- забезпечити просторову концентрацію та координацію використання фінансових ресурсів публічних і приватних суб'єктів;
- координуватися на локальному та муніципально-регіональному рівні, залучаючи громадян та інших учасників, які змогли б зробити вагомий внесок у забезпечення економічної, соціальної, культурної та екологічної якості територій.

Особливо важливими для підвищення конкурентоспроможності міста в рамках політики інтегрованого міського розвитку є стратегії дій щодо створення та утримання якісних публічних зон; модернізації мереж інфраструктури та підвищення енергоефективності; активних інноваційних та освітніх політик.

Щодо вирішення проблем зайнятості Хартія рекомендує використовувати важелі економічної політики й політики на ринку праці, яка відповідає місцевим умовам. Мета полягає у створенні нових і збереженні наявних робочих місць, а також полегшенні створення нових малих і середніх підприємств. Необхідно поліпшити перш за все шанси доступу до місцевого ринку праці шляхом надання можливостей кваліфікації відповідно до наявного попиту на робочу силу [1].

Отже, головною метою містобудівної політики у місті Києві має стати забезпечення його сталого розвитку та впровадження найкращих європейських практик сталого розвитку міст, закріплених у Лейпцизькій Хартії. Відповідно до Стратегії розвитку м. Києва до 2025 року [2] основними принципами містобудівної політики у місті є компактне місто, культурно-діловий центр країни, збалансований інтегрований розвиток міста та приміських територій, відповідальність перед прийдешніми поколіннями, мобільне та доступне місто, плановість і контроль за реалізацією Генерального плану міста. Але найголовнішими, на наш погляд, є принципи збалансованого розселення та зайнятості, принцип створення привабливого та гуманного міста, які передбачають підвищення якості житлових умов до рівня європейських столиць, урахування потреб у житлі майбутніх поколінь, створення можливостей придбання житла для сімей із середнім рівнем доходу та забезпечення нужденних соціальним житлом. Проте нині ці принципи залишаються лише на папері. В основі цієї проблеми лежить комплекс причин, зокрема неспроможність суб'єктів локальної самоорганізації виконувати функції та повноваження місцевого самоврядування. Наявна сьогодні у м. Києві модель організації та функціонування місцевого самоврядування не задовольняє потреб територіальної громади та не відповідає сучасним стандартам муніципальної демократії.

Підтримуємо думку О. Радіонової про те, що муніципальну (міську) систему зайнятості слід визначати як сукупність взаємозв'язаних і взаємодіючих елементів господарювання, зосереджених на території міста, функціонування яких спрямоване на створення й надання економічно доцільних робочих місць працездатному населенню міста. У такому розумінні вона є складовою соціально-економічної підсистеми муніципальної суспільної системи. Оскільки ж розв'язання проблем зайнятості на практиці стосується всіх галузей і сфер міської економіки, є передумовою ефективного функціонування виробничо-галузевої підсистеми та підсистеми послуг, стан системи зайнятості можна вважати критерієм розвитку всієї муніципальної суспільної системи [3, с. 90].

Можливості працевлаштування у великих містах мають свої особливості, що пов'язані з показниками їх соціально-економічного розвитку. Перспективи розвитку ринку праці м. Києва пов'язані із закріпленням позитивних тенденцій останніх років, їх поглибленням на основі використання цілої низки можливостей:

- вигідне географічне розташування на перехресті численних транспортних шляхів сполучення, що створює передумови для поглиблення торговельних відносин;
- потужний економічний, культурний і туристично-рекреаційний потенціал та розвинена ринкова інфраструктура;
- високий професійний, освітній і культурний рівень населення, а також додатковий міграційний вплив кваліфікованої робочої сили;
- відносна дешевизна робочої сили порівняно із зарубіжними країнами, проте високий рівень оплати

праці порівняно із середніми показниками по Україні; так, рівень середньомісячної номінальної заробітної плати одного штатного працівника у місті Києві у 2017 році був на 56,2% вище за середню заробітну плату по Київській області та на 57,1% вище, ніж по Україні загалом [4]; згідно з даними сайту Trud.com [5] у липні 2018 року середня зарплата по м. Києву становила 12 000 грн., що у 3,2 рази більше за мінімальну зарплату та у 6,5 разів більше за прожитковий мінімум для працездатної особи; це забезпечує збільшення коефіцієнта обігу робочої сили;

– відносно сприятливий інвестиційний клімат, що спонукає до створення нових робочих місць тощо.

Для молоді велике місто дає додаткові можливості щодо здобуття якісної вищої професійної та післядипломної освіти, підвищення кваліфікації; отримання доходу від підприємницької діяльності за рахунок реалізації різноманітних місцевих програм підтримки й розвитку малого та середнього підприємництва; перспектив підвищення свого соціального статусу з точки зору престижності проживання, розширення ділових і партнерських контактів.

У Лейпцизькій Хартії підкреслюється, що політика міського розвитку повинна бути закріплена на національному рівні. Від цього рівня також повинні йти імпульси до інноваційних рішень. Містам необхідна свобода дій з метою відповідального вирішення комунальних завдань і міцна, довгострокова та стабільна фінансова база. Проте наша держава відмовилась від розв'язання таких важливих проблем, тому нині у сфері муніципальної зайнятості ми спостерігаємо диспропорції зайнятості, девальвацію трудових цінностей, деформацію трудової мотивації, деградацію принципу оплати за результатами праці, зниження якості життя, тобто прояви кризи праці.

Проте такі проблеми спостерігаються не лише в Україні. Цьогорічний *ITUC Global Rights Index* (Глобальний індекс Міжнародної Конфедерації профспілок) показує, що у світі відбувається зниження демократичного простору для працівників, а також неконтрольовано зростає корпоративна жадібність. Серед основних висновків цього річного дослідження [6] слід назвати такі: 65% держав виключають деякі групи працівників з трудового законодавства; 87% держав порушили право на страйк; 81% держав відмовляє у проведенні колективних переговорів для працівників; 38% держав заперечують або обмежують свободу слова та зборів. У цьому рейтингу у 2018 році Україна потрапила до когорти країн, де не гарантуються трудові права. МКП також відзначила тенденцію до судового переслідування членів профспілок, зокрема в Україні 94 гірники отримали судовий позов щодо проведення страйку під землею. Це є глобальною загрозою для демократії та безпеки. Уряди країн, зокрема України, повинні почати діяти в інтересах працівників.

Також необхідна підтримка уряду та органів місцевого самоврядування для запобігання шкідливим впливам глобалізації та інформатизації на зайнятість населення. Глобалізаційні процеси та ІКТ-технології впливають на зміни, що відбуваються на міжнарод-

них, національних та локальних ринках праці, а також характеризуються такими ознаками, як, зокрема, збільшення попиту на висококваліфіковані кадри з високим рівнем адаптивності й мобільності; посилення ролі безперервної освіти та інноваційних технологій надання освітніх послуг; діджиталізація; поширення дистанційної зайнятості, надомної праці та збільшення масштабів працевлаштування у формі роботи в рамках платформ; нестабільність самозайнятості; зростання проблем молодіжної зайнятості.

В умовах великого міста зазначені явища повинні бути керованими, що потребує активізації процесів ефективного перерозподілу функцій між державними та недержавними інституціями; розвитку соціального та муніципально-приватного партнерства; поширення соціальної відповідальності бізнесу, здійснення соціальних реформ для підтримки слабоконкурентних учасників ринку праці та розвитку інноваційних засад соціально-трудових відносин.

Молодь приваблюють інноваційні форми зайнятості, бо вони створюють відчуття свободи вибору часу й місця роботи. Проте є й інший бік цієї медалі: працівник не має робочого місця, використовує власні ресурси для праці, може перепрацьовувати й не мати жодних гарантій щодо мінімального заробітку й навіть можливості щорічної оплачуваної відпустки.

Ще однією тенденцією, яка притаманна інноваційним сферам, є діджиталізація. З одного боку, вона повинна полегшити життя працівників шляхом автоматизації виконання небезпечних робіт або монотонних завдань, а також підвищити ефективність організаційних комунікацій. З іншого боку, будь-яка автоматизація праці обов'язково спричиняє скорочення робочих місць. Можна спрогнозувати й інші ризики, зокрема зростання нерівності та конкуренції на ринку праці, розмиття бар'єрів між приватним і трудовим життям, посилення нагляду й контролю за співробітниками.

Нові форми зайнятості мають як виклики, так і можливості для усіх соціальних партнерів. Необхідною є тісна співпраця органів влади й профспілкових організацій щодо законодавчого регулювання та моніторингу сегментів ринку, де нестандартні форми зайнятості найбільш поширені. Також до профспілкового руху потрібно активно залучати молодь, підвищувати рівень її обізнаності щодо трудових прав. Самим профспілкам також потрібно змінюватися, модернізувати свої структури, щоб відповідати очікуванням та потребам молодих працівників.

Ще одна проблема, що нині набуває динаміки, полягає в поширенні строкових трудових договорів. Навіть широко обговорюваний проект Трудового кодексу надає роботодавцю значні повноваження укладати строкові трудові договори та не містить посилення на будь-які обмеження. Це фактично позбавляє молодь належних гарантій працевлаштування, робить її більш вразливою до зловживань та несправедливих звільнень, обмежує можливості роботи профспілок, а тому також потребує ініціації змін з їхнього боку.

Впровадження стратегії інтегрованого міського розвитку означає й надання більших повноважень мешканцям, а також залучення їх до ухвалення рішень. Економічне зростання, просторові характеристики – це лише частина аспектів міського розвитку. Не менш важливим є вирішення соціальних проблем, а саме найскладніших завдань, притаманних кожному великому місту. В цьому аспекті зосереджена відповідь на питання про зміни громадської активності містян та формування територіальних громад. Вважаємо, що громада повинна сприйматися як головний ресурс міського розвитку, тоді як влада має забезпечувати суспільні інтереси, а бізнес має слугувати механізмом реалізації цих соціально виважених проєктів. Саме на засадах взаємодії та постійної публічної комунікації всіх учасників змін можлива ефективна розбудова сучасного великого міста, вирішення його соціальних проблем, зокрема у сфері зайнятості.

Висновки. Місто як складна інтегральна система завжди генерує та акумулює економічні, політичні, соціальні та культурні ресурси, виступає основним рушієм прогресивних змін. Без системного перетворення українських міст, зокрема міста Києва, проголошений курс на демократичні перетворення й євроінтеграцію України є неможливим. Децентралізація та зміцнення місцевого самоврядування лежать в основі нинішньої політики реформ українського уряду, водночас має бути переосмислена політика міського розвитку та містобу-

дування. Нормативно-правова база та адміністративна структура повинні бути переглянуті задля вирішення нових задач на всіх управлінських рівнях.

Привабливість міста Києва у сфері зайнятості ми визначаємо як здатність залучення активного працездатного населення, зокрема молоді, на вільні робочі місця з більшими ставками заробітної плати, можливістю підвищення свого соціального та інтелектуального рівня, який надає значної конкурентоспроможності учасникам ринку праці.

Сучасні управлінські орієнтири керування процесами змін у сфері зайнятості полягають у тому, щоб керувати людьми, а не корпоративними інтересами, а також створювати закони, які відповідають міжнародним стандартам праці та відкривають демократичний простір, що дає працівникам право голосу у своїй громаді та на робочих місцях. Сьогодні напрочуд швидко змінюються рамкові умови, політичні наміри та організаційна структура. Це вимагає від муніципального управління здатності швидко реагувати на зміни.

Українські міста, зокрема місто Київ, мають конкурувати з іншими містами світу, а молодіжна політика на ринку праці повинна створити основи для того, щоб молодь залишалася у наших містах та допомагала їх розвивати. Міста з клієнтоорієнтованим управлінням та зрозумілою стратегією, спрямованою на перспективу, матимуть значну перевагу в умовах такої конкуренції.

Список літератури:

1. LEIPZIG CHARTER on Sustainable European Cities. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/themes/urban/leipzig_charter.pdf.
2. Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року (нова редакція). URL: <http://dei.kievcity.gov.ua/files/2017/7/28/Strategy2025new.pdf>.
3. Радіонова О. Зайнятість у великих містах: сучасний економіко-теоретичний аналіз : монографія. Харків: ХНУМГ, 2014. 178 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Trud.com. URL: <https://kiev.trud.com/salary/12.html>.
6. ITUC Global Rights Index. URL: <https://www.ituc-csi.org/ituc-global-rights-index-2018>.
7. Ільїч Л. Розвиток молодіжного ринку праці: сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку. Україна: аспекти праці. 2011. № 8. С. 12–14.
8. Лебедєва О. Оцінювання рівня та складових соціального розвитку України. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2017. № 2. С. 89–95.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ НА МОЛОДЕЖНОМ РЫНКЕ ТРУДА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Город как сложная интегральная система всегда генерирует и аккумулирует экономические, политические, социальные и культурные ресурсы, выступает основным двигателем прогрессивных изменений. Без системного преобразования украинских городов, в частности города Киева, провозглашенный курс на демократические преобразования и евроинтеграцию Украины является невозможным. Современные управленческие ориентиры руководства процессами изменений в сфере занятости заключаются в том, чтобы управлять людьми, а не корпоративными интересами, а также создавать законы, которые соответствуют международным стандартам труда и открывают демократическое пространство, что дает работникам право голоса в своей общине и на рабочих местах. Молодежная политика на рынке труда должна создать основы для того, чтобы молодежь оставалась в наших городах и помогала их развивать. Города с клиентоориентированным управлением и понятной стратегией, направленной на перспективу, будут иметь значительное преимущество в условиях конкуренции.

Ключевые слова: изменения, устойчивое развитие, рынок труда, занятость, молодежь.

MANAGEMENT OF CHANGES IN THE YOUTH WORLD MARKET OF THE MODERN CITY

The city as a complex integrated system always generates and accumulates economic, political, social and cultural resources, acts as the main engine of progressive changes. Without the systemic transformation of Ukrainian cities, in particular, the city of Kiev, the proclaimed course for democratic transformation and European integration of Ukraine is impossible. Modern management guidelines for the management of changes in employment are to manage people, not corporate interests, and to create laws that comply with international labor standards and open a democratic space, which gives workers the right to vote in their community and workplaces. Youth policy in the labor market should create the basis for young people to stay in our cities and help them develop. Cities with client-oriented management and an understandable strategy aimed at the future will have a significant advantage in a competitive environment.

Key words: changes, sustainable development, labor market, employment, youth.

УДК 336.025: 377.4

Кірнос І.О.

кандидат наук з державного управління,

доцент, докторант,

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ

У статті проаналізовано інструменти спільного фінансування професійної освіти протягом життя. Розглянуто нефінансові інструменти підтримки безперервної освіти, а саме керівництва протягом життя, формального визнання навичок, отриманих під час неформального навчання. Проаналізовано державну політику освіти протягом життя в Україні. Запропоновано етапи запровадження інструментів розвитку безперервної освіти з урахуванням закордонного досвіду та національних реалій.

Ключові слова: безперервна освіта, освіта протягом життя, індивідуальні рахунки навчання, ваучери, фонди навчання.

Вступ. Інвестиції в людський капітал через професійне навчання слід визнати рушійною силою економічного розвитку. У підвищенні кваліфікації та оновленні навичок зацікавлені роботодавці, працівники й держава. Працівники отримують вигоди від навчання внаслідок особистого розвитку, підвищення конкурентоспроможності на ринку праці, підвищення заробітної платні. Дж. Філд (J. Field) підтверджує позитивний вплив навчання на психічний стан, задоволеність життям та здоров'я, відмову від шкідливих звичок [1, с. 89]. Бізнес отримує більш кваліфіковану робочу силу, що сприяє підвищенню продуктивності та адаптивності компанії. Вигоди держави полягають в інформованості громадян, адже навчання збільшує соціальний капітал, розвиває соціальні навички, розширюючи соціальні мережі та поширюючи норми поведінки й толерантності до інших. Працевлаштування завдяки навчанню громадян збільшує податкові надходження держави та скорочує обсяги соціальних видатків на виплати з безробіття. В умовах демографічного старіння навчання

протягом життя дає змогу працівникам похилого віку довше залишатися на ринку праці завдяки оновленню навичок, що також зменшує навантаження на населення працездатного віку. Проте можливості навчання дорослих розподілені нерівномірно, адже великі промислові підприємства навчають працівників за власні кошти, мають у своєму складі навчальні комбінати або оплачують навчання. В інших випадках працівники самотужки оплачують підвищення кваліфікації. Брак коштів перешкоджає безперервному навчанню, зокрема це стосується вразливих категорій населення (малозабезпечені громадяни, низько кваліфіковані працівники, особи похилого віку). Отже, пошук інструментів розвитку освіти впродовж життя, вигідних для зацікавлених сторін соціально-економічних відносин, є актуальним завданням.

Аналіз останніх наукових досліджень. Зростання кількості публікацій з освіти протягом життя свідчить про важливість проблеми. Так, О. Захарова пропонує варіанти освіти осіб третього віку для реалізації їхнього

потенціалу [2]. Л. Лук'янова вивчає зарубіжний досвід законодавчого забезпечення освіти дорослих [3]. М. Карпенко аналізує чинники й механізми реалізації концепції освіти протягом життя в Україні [4]. Л. Сігасва досліджує освіту дорослих у закладах університетів третього віку [4]. Теорію та практику професійного навчання в умовах високотехнологічного виробництва досліджують В. Радкевич, В. Аніщенко, Н. Кулалаєва та інші науковці [6]. Однак утилітарні питання впровадження інструментів розвитку освіти впродовж життя залишаються поза увагою вітчизняних вчених.

Мета статті полягає в упорядкуванні інструментів розбудови освіти протягом життя щодо організаційно-фінансової орієнтації та етапізації їхнього застосування в українських реаліях.

Викладення основного матеріалу. Освіта впродовж життя набуває актуальності в умовах економічних трансформацій, розвитку технологій і демографічного старіння. Необхідність поєднувати роботу й сімейні обов'язки, брак часу й потреба в конкретних навичках вимагають адаптації графіків навчання та змісту освітніх курсів до індивідуальних потреб учнів. Можливості неформальної освіти в задоволенні цих вимог ширші, ніж формальної. Але послуги неформальної освіти дорожчі, ніж формальної, де присутні ефект масштабу та державне фінансування. У розвинених країнах держава повністю фінансує початкову освіту й частково вищу згідно з конституційними зобов'язаннями. Фінансування освіти впродовж життя – тягар для держави, а оновлення навичок – особиста відповідальність працівника. Отже, збільшення інвестицій в освіту протягом життя вимагає нових інструментів з огляду на соціальні, демографічні та економічні трансформації.

У країнах ОЕСР впроваджено системний підхід до фінансування освіти протягом життя, а саме співфінансування (co-financing), яке передбачає розподіл витрат на освіту між працівником, роботодавцем і державою [7, с. 37]. Інструментами співфінансування є податкова політика, пільгові позики, ваучери, накопичувальні рахунки, фонди навчання, оплачувані відпустки.

Податкова політика – ефективний економічний стимул інвестування освіти для роботодавців та підвищення доступності фінансових коштів на освіту для працівників. Водночас податкова політика – механізм розподілу фінансових зобов'язань між працівником, роботодавцем і державою. Є два канали впливу податкової політики на інвестиції в освіту та підвищення кваліфікації, а саме оподаткування доходу від продажу освітніх послуг та оподаткування витрат на інвестиції в освіту. Перший, а саме оподаткування доходів, які отримують постачальники освітніх послуг, стосується ПДВ, податку з продажів або податку на прибуток. Так, в Австрії надання освітніх послуг приватними школами та іншими закладами професійного навчання звільняє їх від ПДВ, якщо їхні програми порівнюються з програмами державних шкіл. Неприбуткові організації, що пропонують загальні або професійні курси освіти, не включають ПДВ у вартість послуг [8, с. 35].

У Франції заклади початкової, середньої та вищої освіти звільнені від ПДВ незалежно від правового статусу. Послуги безперервної освіти державних закладів звільнені від ПДВ і податку на прибуток. З 1995 р. приватні постачальники послуг підвищення кваліфікації звільнені від ПДВ за умови наявності сертифіката, виданого державною владою [8, с. 50].

Другий напрям податкової політики – податкові пільги щодо доходів роботодавців або працівників. Пільги є альтернативою прямим державним витратам і включають такі інструменти, як податкові кредити, звільнення груп громадян/підприємств від сплати податків, оподаткування за зниженими ставками, податкові відтермінування. Пільги для стимулювання інвестицій в освіту та зниження вартості інвестиційних коштів діють у більшості країн ОЕСР, де поширення освіти протягом життя є політичною метою. В Австрії з 2000 р. роботодавці вираховують із прибутку 120% вартості витрат на освіту працівників у вигляді операційних витрат. Брак прибутку у звітному році передбачає право роботодавця на 6% податкового кредиту до прибутку минулого або нового року. Податкові стимули в Австрії застосовуються до працівників, адже витрати на освіту й підвищення кваліфікації віднімаються з податкової бази прибуткового податку. У Чехії податкові пільги на цілі освіти доступні для компаній і співробітників з 2007 р. У Німеччині витрати на професійну освіту вираховуються з податкової бази прибуткового податку співробітників. В Іспанії витрати фірми на освіту персоналу можуть відніматися (податковий кредит) у межах 10–15% загальних витрат фірми за попередній фінансовий рік [7, с. 13]. Приклади не є вичерпними, а ілюструють тенденцію вживання податкових методів стимулювання інвестицій в освіту та підвищення кваліфікації як із боку роботодавців, так і з боку співробітників.

Заохочують інвестувати в освіту ощадні рахунки, тобто рахунки накопичення на освітні цілі. Власниками рахунків є приватні особи, а державна підтримка виникає у формі податкових пільг для працівника, роботодавця або збільшених відсотків на вклади. В Австрії уряд платить бонус у розмірі від 3% до 8% на максимальну суму в 1 000€ щорічно. Наприкінці шестирічного періоду власник може використати накопичену разом із відсотками суму на будь-які цілі. Протягом періоду гроші з банківського рахунку можуть бути використані на освіту й підвищення кваліфікації [9, с. 13]. Вадою цих рахунків є незначна державна підтримка, тобто сума накопичення замала для фінансування освітніх цілей. Для осіб із малими доходами цей метод неідеальний, оскільки малі кошти не сприяють накопиченню та заощадженню.

Індивідуальні рахунки освіти (individual learning accounts) – тип ощадного рахунку щодо фінансування освіти. Мета рахунків полягає в підвищенні доступності освіти й посиленні відповідальності осіб за продовження освіти. На відміну від звичайного ощадного рахунку, не тільки власник, але й роботодавець та/або

держава вносять фінансовий вклад, який пришвидшує накопичення коштів та мотивує. Підтримка держави може бути прямою фінансовою або непрямую, наприклад через податкові пільги для працівника або роботодавця. Умови схем рахунків освіти різняться в різних країнах, адже учасниками схем можуть бути всі бажаючі або тільки певні категорії громадян, зокрема мало-забезпечені або соціально незахищені.

З різним успіхом експерименти щодо запровадження індивідуальних рахунків на освіту були здійснені в Канаді, Австрії, Нідерландах, Великобританії, Бельгії, США. У США Lifelong Learning Accounts (LiLas) призначені для малозабезпечених громадян з обмеженим доступом до освіти. Роботодавець додає щорічно суму, яка дорівнює заощадженням працівника в розмірі до 500\$ на рік. Дозволені внески благодійних організацій для накопичення коштів на освітні витрати. Мінімальна сума вкладень повинна складати 120\$, щоби роботодавець її доповнив [10, с. 29]. Перевагою цих рахунків є свобода планування освіти. Для осіб, зацікавлених у розвитку, цей інструмент підвищує доступність і стимулює безперервну освіту. Малоосвічені громадяни стикаються з труднощами щодо вибору траєкторій освіти й необхідних курсів. Впровадження рахунків доцільно поєднувати із заходами щодо планування кар'єри та індивідуальним консультуванням. Вадами рахунків є складність управління та адміністрування, шахрайство і відсутність широкої політичної підтримки в уряді. Прикладом неохайності є Великобританія, яка ввела рахунки у 2001 р. Власникам першого мільйона рахунків, які внесли 150£, уряд обіцяв вкласти додатково 25£. Через шість місяців програму скасували через шахрайства, обмани, низьку якість освіти або її відсутність [11, с. 21]. Негативний досвід свідчить про необхідність зваженого підходу та регулювання для запобігання зловживань.

Широке застосування в країнах Європи, зокрема Україні, отримали ваучери та чеки на професійну освіту й підвищення кваліфікації. Ваучер на освіту – оплата навчання в освітньому або тренінговому закладі за вибором споживача. Здебільшого уряд або роботодавець зобов'язаний авансувати постачальника освітніх послуг. Споживачі можуть оплатити частину навчання, що не покривається сумою ваучера.

Набувають поширення національні навчальні фонди, а саме позабюджетні джерела фінансування, призначені для розвитку професійних навичок працівників. Більшість фондів навчання фінансується за коштів зборів із підприємств, але можуть також ґрунтуватися на державних субсидіях або коштах донорів. Фонди консолідує кошти на навчання та розподіляють їх відповідно до пріоритетів національної політики [12, с. 7].

Альтернативою національним (централізованим) моделям фінансування є секторальні фонди навчання (СФО). Вони обмежені певним сектором економіки, таким як промисловість, будівництво або транспорт, більш гнучкі й орієнтовані на секторальні потреби.

СФО фінансуються за коштів обов'язкового збору за навчання, що становить від 0,1% до 2,5% від фонду оплати праці. У більшості країн ресурси збираються національними службами соціального забезпечення або зовнішніми установами. Згодом фінансова підтримка перерозподіляється на підприємства у вигляді грантів [13, с. 4]. СФО організовуються в результаті двосторонніх або тресторонніх домовленостей між соціальними партнерами та призначені для підвищення кваліфікації працівників у певних секторах економіки.

Перешкодами до продовження навчання й підвищення кваліфікації є небажання роботодавця відпустити працівника та втрата доходу під час навчання. Розв'язують проблему навчальні відпустки, тобто регуляторний інструмент (законодавство або колективний договір), що встановлює умови надання працівникам тимчасової відпустки в навчальних цілях. Виділяють два типи інструментів, а саме оплачувану навчальну відпустку, яка дає право на отримання заробітної плати повністю або частково під час відпустки, й неоплачувану відпустку без виплати зарплати протягом навчання, але з правом збереження робочого місця. Оплачувана відпустка з професійної підготовки надається в разі відповідності потребам роботодавця або заздалегідь встановленим критеріям отримання фінансової підтримки. Неоплачувану навчальну відпустку застосовують у випадках навчання у власних інтересах працівника [14, с. 16].

Отже, основними фінансовими інструментами розвитку навчання є накопичувальні рахунки, індивідуальні рахунки на освіту, податкові інструменти, національні та секторальні фонди навчання, навчальна відпустка, ваучери та чеки на освіту. Використання цих інструментів залежить від історичних, інституційних, економічних та культурних умов країни.

Окрім фінансових інструментів, спрямованих на розвиток безперервної освіти, державна політика застосовує нефінансові інструменти, а саме консультатії, технічну допомогу, формальне визнання знань, отриманих під час неформального навчання, керівництво та кар'єрне консультування.

Останнім трендом у сфері безперервної освіти є рух у бік визнання (validation), а саме ідентифікації та формального визнання компетенцій і навичок, отриманих під час неформального навчання або досвіду на робочому місці. У 2012 р. Європейська Рада зобов'язала країни-члени ЄС запровадити національні системи визнання знань, отриманих під час неформального навчання до 2018 р. [15, с. 3].

Виділяють три типи процедур визнання: 1) інтеграція процедур визнання в систему формальної освіти; 2) процедури визнання, паралельні формальній системі; 3) відкриті процедури визнання. Незалежно від типу процедури вона дає право на визнання знань у формальній системі освіти. У 2016 р. у 78% країнах ЄС результати підтвердження результатів неформального навчання визнавались у формі зарахування освітніх модулів або кредитів Національної системи кваліфікацій [16, с. 57].

Зараховані в такий спосіб кредити дають право продовжити навчання в системі формальної освіти.

Процедура визнання знань, отриманих на робочому місці або під час неформального навчання, підвищує конкурентоспроможність на ринку праці, розширює кар'єрні можливості особистості, документально підтверджує кваліфікацію й навички. Але працівники не завжди розуміють тенденції ринку праці, а брак навичок кар'єрного планування ускладнює рішення щодо продовження освіти та придбання нових навичок. На розв'язання цієї проблеми спрямована ідея «керівництва протягом життя» (*“lifelong guidance”*), що реалізується у ЄС із 2008 р. Керівництво – це комплекс заходів, спрямованих на виявлення і врахування можливостей, компетенцій та інтересів людей будь-якого віку для покращення навичок у плануванні освіти та підвищення кваліфікації, управління кар'єрою та життєвим шляхом [17, с. 13].

Найбільш поширеними формами керівництва є інформування про доступні кар'єрні можливості залежно від стадії життя й кар'єрного шляху; консультування щодо кар'єрного планування; оцінка й виявлення навичок і компетенцій особи для особистого розуміння рівня її/його професійного розвитку; навчання та тренінг (соціальних і технічних навичок); адвокація (захист прав груп, які відчувають бар'єри доступу до робочих місць, наприклад літніх працівників); нетворкінг (встановлення зв'язків з індивідуумами та організаціями, такими як центри зайнятості, соціальний захист і цивільні асоціації для надання послуг керівництва) [18, с. 25].

Система керівництва протягом життя включає обов'язкові програми кар'єрного планування в школах, послуги професійного та кар'єрного консультування в центрах зайнятості й соціального захисту для дорослих. В Угорщині Система керівництва почала діяти з 2011 р. за фінансової підтримки ЄС. У Франції з 2009 р. закон дав право на керівництво протягом життя всім громадянам. Створено безоплатний онлайн-сервіс та національну телефонну лінію щодо безкоштовної інформації про ринок праці та професії, підтримку з кар'єрного й освітнього консультування [17, с. 20].

Забезпечення якості послуг кар'єрного консультування в багатьох країнах регулюється нормативними вимогами. У Польщі діє система ліцензування кар'єрних консультантів, які працюють у центрах зайнятості. Консультант повинен мати ступінь бакалавра з педагогіки або ступінь магістра психології, спеціалізацію з психології професійного консультування або післядипломну освіту з кар'єрного консультування. У Данії кар'єрні консультанти повинні мати диплом зі спеціалізації освітнього та кар'єрного консультування або підтвердити необхідні компетенції, отримані під час навчання. У Нідерландах кар'єрні консультанти підтверджують компетенції в центрі акредитації відповідно до стандартів ISO/IEC 17024: 2003 [18, с. 60]. Отже, кар'єрне консультування та визнання знань, отриманих під час неформального навчання, розши-

рюють можливості працевлаштування осіб, допомагають оцінити та виявити брак навичок, спланувати свій подальший розвиток та професійне навчання. У контексті демографічного старіння та структурних змін ринку праці керівництво дозволяє особам похилого віку знайти нові вакансії, що відповідають стану їхнього здоров'я, та довше залишатися на ринку праці.

Закордонний досвід доводить доцільність застосування фінансових та нефінансових інструментів розвитку освіти протягом життя в Україні з урахуванням складнощів та національних реалій. Деякі з них уже запроваджені в національній практиці, інші потребують застосування з огляду на погіршення демографічної ситуації. Інструменти доцільно запроваджувати поступово, а саме в короткостроковій (1–2 роки), середньостроковій (3–5 років) та довгостроковій перспективі (через 5 років), з урахуванням стану банківської системи та фінансових можливостей країни та громадян. Пропозиції щодо етапів запровадження інструментів розвитку освіти протягом життя в Україні подано в табл. 1.

Українська система освіти протягом життя та підготовки кадрів повільно розвивається. Основні напрями державної кадрової політики закладені в Стратегії державної кадрової політики на 2012–2020 рр. Принципи професійного розвитку й підвищення кваліфікації кадрів передбачені Законом про професійний розвиток працівників (2012 р.), що визначає фінансування професійного розвитку працівників за кошт роботодавців або за власні кошти працівника [19]. Інші інструменти фінансування, наприклад спільне фінансування, Законом не передбачені. Законом також не передбачені оплачувані відпустки на навчання працівників. Введення оплачуваних відпусток на навчання доцільно запровадити в середньостроковій перспективі з огляду на зростання дефіциту робочої сили на ринку праці та необхідність оновлення навичок, що викликана зростанням використання технологій у виробничих процесах. Вірогідний опір та незацікавленість бізнесу щодо такої міри можна усунути завдяки державним стимулам, а саме податковим знижкам для підприємств, що інвестують у навчання працівників.

Податкові інструменти, призначені стимулювати освіту, передбачені законодавством України як для громадян, так і для закладів освіти. Так, для громадян, відповідно до ст. 166 Податкового кодексу, «платники податків мають право включити до податкової знижки у зменшення оподатковуваного доходу платника податку за наслідками звітного податкового року суму коштів, сплачених на користь закладів освіти для компенсації вартості здобуття середньої професійної або вищої освіти такого платника податку та/або члена його сім'ї» [20]. Податкові пільги поширюються виключно на оплату здобуття середньої професійної або вищої освіти, водночас курси підвищення кваліфікації, післядипломної освіти, комп'ютерні курси та програмування не передбачені Законом. Цей інструмент здебільшого орієнтований на отримання повно-

Етапізація запровадження інструментів розвитку освіти протягом життя в Україні

Часова перспектива запровадження	Фінансові		Нефінансові	
	Інструменти	Обмеження та складнощі	Інструменти	Обмеження та складнощі
Використовуються у наступний час.	Право на податкові пільги з податку на прибуток фізичних осіб.	Обмежений перелік навчальних закладів щодо права на знижку.	Формальне визнання навичок, отриманих під час неформального професійного навчання.	Перелік професій обмежений лише робітничими.
	Податкові пільги для навчальних закладів.			
	Ваучери Державної служби зайнятості.	Вікові та освітні обмеження.		
Короткострокова перспектива (1–2 роки).	Ваучери для людей, які старші 55 років.	Вікові обмеження, наявність гарантії працевлаштування, задовільний стан здоров'я.	Кар'єрне консультування.	Відсутність фахівців, контроль якості послуг.
Середньострокова перспектива (3–5 років).	Оплатувана відпустка на навчання.	Небажання та незацікавленість бізнесу.	Система керівництва протягом життя.	
Довгострокова перспектива (через 5 та більше років).	Індивідуальні рахунки навчання.	Обмежені ресурси для заощаджень, нестабільність банківської системи, складність адміністрування, можливість шахрайства.		
	Пільгові позики на навчання.	Обмеженість фінансових ресурсів держави, висока вартість позикових коштів,		
	Національні та секторальні фонди навчання.	Додатковий податок на навчання.		

Джерело: авторська розробка

цінної освіти, ніж на оновлення навичок, що доступно на нетривалих курсах. Оскільки послуги вищої та середньої професійної освіти надаються здебільшого державними освітніми закладами, на недержавні заклади дія цього податкового інструмента стимулювання освіти не поширюється.

Податкові пільги поширюються також на заклади освіти. Так, відповідно до ст. 197 Податкового кодексу, режим звільнення від оподаткування ПДВ поширюється на операції з постачання послуг зі здобуття вищої, середньої, професійно-технічної та дошкільної освіти навчальними закладами за умови, що такі заклади здійснюють освітню діяльність на підставі ліцензії, виданої МОН України [20].

Персоніфіковані інструменти стосуються певних категорій громадян середнього віку, які мають можливість скористатися ваучерами Державної служби зайнятості України. З 2013 р., згідно з Постановою КМУ № 207, особи, які старші 45 років, ВПО, звільнені з військової служби, служби в органах внутрішніх справ та цивільного захисту, податкової міліції тощо, мають право скористатися ваучером на навчання [21]. Постанова передбачає можливість спільного фінансування навчання з боку особи або роботодавця в разі перевищення суми ваучера. Незважаючи на користь цього інноваційного для України інструмента, він має низку обмежень. Так, офіційно встановлено пенсійний вік; існують освітні обмеження на осіб, що не мають

професійно-технічної або вищої освіти. Можливості навчання осіб похилого віку не передбачені цією програмою, хоча саме ці особи не мають можливостей фінансувати освіту.

Україна зробила певні кроки в бік підтвердження та визнання результатів, отриманих під час неформального професійного навчання. Особи, які отримали професійні навички, але не мають документального підтвердження, мають змогу підтвердити компетенції та отримати державний документ. За направленням Центрів державної служби зайнятості працівники підтверджують результати в центрах визнання результатів неформального професійного навчання. За результатами оцінювання видається сертифікат або свідоцтво про присвоєння (підвищення) робітничої кваліфікації [22]. Отже, Україна крокує європейським курсом, але перелік обмежений робітничими професіями (кухар, продавець непродовольчих товарів, слюсар-ремонтник, електрозварник ручного зварювання, охоронник та зварник).

В Україні запроваджено деякі інструменти розвитку освіти протягом життя, проте інструменти спільного фінансування навчання не використовуються. Аналіз закордонного досвіду доводить, що вживання ощадних та індивідуальних рахунків освіти в Україні є недоцільним через низький рівень оплати праці та обмежені можливості заощаджень. Ненадійність банківських установ є ще однією перешкодою для

запровадження інструментів. Аналогічною є ситуація з пільговими позиками на навчання, що передбачають часткове фінансування державою відсотків за банківськими позиками. Брак фінансових коштів, дефіцит бюджету, зростання зовнішнього боргу, висока вартість банківських кредитів в Україні не сприяють запровадженню цих інструментів. Створення національних та секторальних фондів навчання обмежені тими ж причинами. Крім того, фінансування таких фондів передбачає додаткові податки на навчання. У сучасних умовах несприятливої економічної ситуації введення додаткового податку є недоцільним з огляду на податковий тиск на бізнес та складність ведення бізнесу в країні. Але у довгостроковій перспективі погіршення демографічної ситуації потребуватиме рішучих дій та нових підходів. Отже, рахунки навчання, позики на навчання та створення фондів навчання можуть стати саме цими новими підходами.

Ваучери на перенавчання здаються більш реальною перспективою розвитку навчання дорослих в Україні найближчим часом, але недоліком є вікові обмеження для осіб, що досягли офіційного пенсійного віку. З огляду на майбутнє погіршення демографічної ситуації в Україні термін перебування працівників похилого віку на ринку праці буде збільшуватись. Це потребує перегляду умов видавання ваучерів.

У найближчу перспективу (1–2 роки) доцільно запровадити тип ваучерів на навчання громадян, які старше 55 років. Бенефіціарами цих ваучерів мають бути працівники, які за станом здоров'я потребують зміни місця роботи або професії та/або не мають можливості ротації/перенавчання на підприємстві, де працюють у наступний час. Умовами отримання ваучеру має бути гарантійний лист-згода підприємства, а саме майбутнього роботодавця, на працевлаштування працівників після навчання. Задовільний стан здоров'я має бути підтверджений медичною довідкою. Ця схема ваучерів повинна мати вікові обмеження. Доречно встановити граничний вік отримання ваучеру в 65 років, оскільки офіційний пенсійний вік у більшості розвинених країн світу складає від 62 до 65 років [23, с. 93]. В Україні офіційний пенсійний вік складає 56–60 років для жінок та 62 роки для чоловіків, але з огляду на прогнози погіршення демографічної ситуації та зростання дефіциту робочої сили віковий поріг може підвищуватись.

Податкові стимули є також ефективним інструментом мотивації роботодавців до інвестицій у навчання персоналу. Пропонується розширити перелік навчальних закладів, навчання у яких дає платникам податку право на отримання податкової знижки. Доцільно включити до переліку державні та недержавні заклади освіти, які надають послуги короткострокового навчання та підвищення кваліфікації, за умови наявності державної ліцензії.

Незважаючи на запозичення Україною ефективних зарубіжних інструментів розвитку безперервної освіти та професійного навчання (ваучерів, визнання освіти,

отриманої під час неформального навчання), ці заходи є несистемними. Безперервну освіту доцільно запроваджувати на засадах системного підходу в комплексі з інструментами «керівництво» та «кар'єрне консультування» протягом життя. Через демографічне старіння актуальність вжиття цих заходів буде зростати. Працівники похилого віку, які відчувають погіршення стану здоров'я, будуть вимушені змінювати робочі місця і професії в пошуках роботи, відповідної до їхніх фізіологічних та психологічних потреб. Кар'єрне консультування варто запроваджувати на всіх рівнях суспільства, а саме у школах, навчальних закладах вищої та професійної освіти, центрах зайнятості. Зміни ринку праці, брак фахівців технічних та інструментальних професій, надлишок економістів та юристів свідчать про необхідність запровадження послуг кар'єрного консультування в короткостроковій перспективі. Брак фахівців у цій сфері та необхідність контролю якості послуг можуть стати перешкодами швидкого запровадження цього інструмента. Наступним кроком (через 3–5 років) має бути запровадження системи «керівництво протягом життя», що включає також послуги кар'єрного консультування.

Висновки. Розвиток освіти протягом життя можливий за умови спільного фінансування навчання і працівниками, і роботодавцями та/або державою. Інструменти спільного фінансування підвищують ступінь відповідальності працівника за власний професійний розвиток та оновлення навичок, а також зменшують фінансове навантаження на державу. Держава стимулює працівників інвестувати кошти в освіту шляхом податкових інструментів, індивідуальних рахунків навчання, позик, ваучерів та чеків на навчання, регулювання оплачуваних відпусток, створення національних та секторальних тренінгових фондів.

Нефінансові інструменти сприяють розвитку навчання протягом життя. Запровадження системи керівництва протягом життя та кар'єрного консультування зі школи допомагає розвинути навички планування власної кар'єри, орієнтуватись у трендах ринку праці, свідомо планувати навчання та розвиток необхідних навичок. Формальне визнання результатів освіти, отриманої під час неформального навчання, підвищує конкурентоспроможність особистості на ринку праці.

В Україні запроваджено такі інструменти, як ваучери на перенавчання, формальне визнання навичок, отриманих під час професійного навчання, система податкових знижок на витрати на навчання. До перспективних інструментів розвитку освіти протягом життя в Україні слід віднести запровадження типу ваучерів для категорії осіб, які старше 55 років; розширення переліку спеціальностей щодо формального визнання навичок; розширення переліку закладів, навчання у яких дає право на податкові знижки; запровадження системи керівництва та кар'єрного консультування протягом життя; введення інструментів спільного фінансування професійного навчання та підвищення кваліфікації.

Список літератури:

1. Field J. Is Lifelong Learning Making a Difference? Research-Based Evidence on the Impact of Adult Learning. Second International Handbook of Lifelong Learning / eds. D. Aspin et al. Springer International Handbooks of Education Vol. 26. Springer Science + Business Media B.V., 2012. P. 887–898.
2. Захарова О. Потенціал людини третього віку для суспільства. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2018. № 49. С. 26–33.
3. Лук'янова Л. Законодавче забезпечення освіти дорослих: зарубіжний досвід. Київ: ТОВ «ДКС-Центр», 2017. 147 с.
4. Карпенко М. Перспективи реалізації в Україні концепції освіти протягом життя: чинники і механізми. Стратегічні пріоритети. 2011. № 4 (21). С. 45–51.
5. Сігаєва Л. Характеристика структури освіти дорослих в сучасній Україні. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2011. Вип. 59. Педагогічні науки. С. 38–42.
6. Радкевич В., Аніщенко В., Кулалаєва Н. та ін. Професійне навчання кваліфікованих робітників в умовах високотехнологічного виробництва: теорія і практика: монографія / за наук. ред. В. Радкевич. Київ: ТОВ «НВП Поліграфсервіс», 2014. 251 с.
7. OECD. Co-financing lifelong learning: towards a systemic approach. Paris: OECD Publishing, 2004. 146 p.
8. Cedefop. Using tax incentives to promote education and training. Technical report, Cedefop Panorama series. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2009. 124 p.
9. Cedefop. Individual learning accounts. Cedefop Panorama series; 163. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2009. 125 p.
10. Haukka S., Keating J., Lamb S. Alternative mechanisms to encourage individual contributions to vocational education and training. NCVER, Australian National Training Authority, Adelaide, 2004.
11. Lee B. The individual learning account experiment in the UK: A conjuncture crisis? Critical Perspectives on Accounting. 2010. Vol. 21. P. 18–30.
12. Johanson R. A review of national training funds. Social Protection Discussion paper № 0922. Washington: World Bank, 2009. 122 p.
13. Cedefop. Sectoral training funds in Europe. Technical report, Cedefop Panorama series 156. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2008. 203 p.
14. Cedefop. Training leave. Policies and practice in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012. 220 p.
15. Council of the European Union. Council recommendation on the validation of non-formal and informal learning. Official Journal of the European Union, C 398/1, 20.12.2012.
16. Cedefop; European Commission; ICF. European inventory on validation of non-formal and informal learning – 2016 update. Synthesis report. Luxembourg: Publications Office, 2017. 100 p.
17. The European Lifelong Guidance Policy Network (ELGPN). Lifelong Guidance Policy Development: A European Resource Kit. ELGPN Tools № 1. Saarijärvi, Finland, 2012. 107 p.
18. Cedefop. Increasing the value of age: guidance in employers' age management strategies. Cedefop researches paper № 44. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. 132 p.
19. Про професійний розвиток працівників: Закон України від 12 січня 2012 р. № 4312-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4312-17>.
20. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
21. Про затвердження Порядку видачі ваучерів для підтримання конкурентоспроможності осіб на ринку праці: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 березня 2013 р. № 207. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/207-2013-%D0%BF>.
22. Підтвердження неформального навчання // Офіційний сайт Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/storinka/pidtvverdzhennya-neformalnogo-navchannya>.
23. OECD. Pensions at a Glance 2017: OECD and G20 Indicators. OECD Publishing, Paris. 2017. 167 p.

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье проанализированы инструменты совместного финансирования профессионального обучения на протяжении жизни. Рассмотрены нефинансовые инструменты поддержки непрерывного образования, а именно руководства в течение жизни, формального признания навыков, полученных во время неформального обучения. Проанализирована государственная политика образования в Украине. Предложены этапы внедрения инструментов развития непрерывного образования с учетом национального опыта и национальных реалий.

Ключевые слова: непрерывное образование, образование в течение жизни, индивидуальные счета обучения, ваучеры, фонды обучения.

INSTRUMENTS OF LIFELONG LEARNING DEVELOPMENT

Co-financing instruments of lifelong learning are analyzed in the article. Non-financial tools of supporting adult education, namely lifelong guidance and validation of no formal education results is considered. The state policy of lifelong learning development in Ukraine is analyzed. Prospective directions and stages of implementing instruments of lifelong learning development are offered in view of foreign experience and national conditions.

Key words: adult education, lifelong learning, individual learning accounts, training funds, training vouchers.

7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.71:657

Христін А.І.

аспірант кафедри банківської справи,
Одеський національний економічний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ З УРАХУВАННЯМ ЙОГО ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ

У статті проведено аналіз впливу ділової репутації на результати діяльності банків України; запропоновано методичні підходи до кількісного оцінювання ділової репутації банку; визначено особливості та специфіку гудвілу банків; здійснено розрахунок гудвілу групи банків України, а також запропоновано методику його використання під час визначення стійкості вітчизняних банків.

Ключові слова: банк, ділова репутація, гудвіл, фінансова стійкість, рейтинг.

Вступ. Розвиток теоретичних основ банківської справи в умовах впливу фінансової глобалізації та інформаційної економіки має потребу в сучасних уявленнях про діяльність банків з урахуванням того, що парадигма банківського бізнесу змінилась, а саме головною метою банківської діяльності є своєчасне й точне визначення напрямів розвитку фінансових ринків та адаптація до можливих змін в економіці. Діяльність банків в умовах невизначеності підвищує їх соціальну відповідальність на ринку, що потребує збереження довіри клієнтів та формування ділової репутації. Репутація стає важливою конкурентною перевагою, оскільки позитивна характеристика банку в суспільстві сприяє його надійності, прибутковості та фінансовій стабільності. Результатом позитивної ділової репутації сучасного банку є можливість значного перевищення ринкової вартості його активів над балансовою за рахунок вартості нематеріальних активів, найбільш важливою з яких є репутація.

Останнім часом довіра суспільства до банків України значно зменшилась, головними причинами втрати ділової репутації слугували зниження ефективності діяльності сучасних банків України, їх банкрутства й збитковість як результат некваліфікованого фінансового управління, неякісного використання методів та інструментів ідентифікації та оцінювання ризиків, ігнорування впливу ризиків окремих банківських операцій на ділову репутацію, що привело до значного зменшення кількості банків. Зазначене потребує розроблення нових методів управління діяльністю банків, адаптованих до сучасних завдань їх стратегічного розвитку та постійних змін на ринку банківських послуг і в економіці загалом.

Критичний аналіз запропонованих сучасними науковцями різних підходів до оцінювання результатів діяльності банків дав змогу дійти висновку щодо доцільності використання під час аналізування результативності діяльності банку показників ділової репутації. У зв'язку з цим розробка методичних підходів до визначення результатів діяльності сучасних банків України з урахуванням кількісних показників репутації набуває особливого значення.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблемам кількісної оцінки ділової репутації та її впливу на результати діяльності банків присвячені наукові праці як іноземних (Г. Даулінг, А. Заман, Б. Райзберг, Р. Рейлі, В. Рутгайсберг, Р. Швайс та ін.), так і вітчизняних (Ж. Довгань, Л. Кузнецова, Н. Маслова, С. Мочерний, К. Тростянська, О. Чорна та ін.) учених.

Наприклад, Р. Рейлі та Р. Швайс пропонують визначати ділову репутацію як бухгалтерський актив (гудвіл) та як економічний феномен (внутрішньо створений менеджментом банку) [1].

Н. Маслова у своїх дослідженнях обґрунтовує необхідність формування так званого капіталу репутації, оскільки він визначає переваги клієнтів і партнерів, забезпечує міцність та ефективність ділових зв'язків, фінансові показники та ринкове благополуччя банку [2, с. 27].

Л. Кузнецова акцентує увагу на важливості збереження в кризових умовах довіри до банків, яка впливає на їх ділову репутацію та фінансову стійкість [3, с. 94].

Однак, незважаючи на певну кількість наукових праць, присвячених питанням оцінювання впливу ділової репутації банку на ефективність його діяльності, проблеми використання показників ділової репутації під час розроблення раціональних управлінських

рішень у діяльності банків недостатньо досліджені, відсутні методичні розробки врахування кількісних показників ділової репутації під час визначення рейтингу банку на фінансовому ринку.

Мета статті полягає в аналізі результатів діяльності банків України з урахуванням впливу ділової репутації, визначеної на основі розрахунку вартості гудвілу. Для досягнення мети вирішено такі завдання, як визначення сутності гудвілу в банківському бізнесі, здійснення розрахунку гудвілу групи банків України, надання методичних рекомендацій щодо врахування гудвілу під час визначення рейтингу стійкості банків.

Викладення основного матеріалу. У сучасних умовах ділова репутація банку, працюючого в умовах інформаційного розвитку бізнесу, є його головним нематеріальним активом, що має певну вартість і формується за рахунок таких активів, як репутація, імідж, соціальна відповідальність, якість менеджменту та персоналу.

Гудвіл банку є кількісним показником вартості ділової репутації, визначеним у грошових одиницях. Він не є складовою репутації, він є її фінансовим показником і фактично є симбіозом ділової репутації, іміджу, рентабельності банків на ринку розташування, бренда, тобто всіх непрямих факторів, які дають змогу прогнозувати підвищення прибутковості банку порівняно із середньою прибутковістю банківської системи.

Необхідність визначення вартості ділової репутації банків має такі чинники:

- необхідність підвищення якості управління діловою репутацією банку (показники гудвілу застосовуються під час побудови іміджу та репутації банку, для їх якісного аналізування й коригування відповідно до завдань стратегічного довгострокового розвитку);
- оцінка гудвілу для аналізу ефективності його використання і впливу на рівень прибутковості банку (гудвіл – це нематеріальний актив, що впливає на прибутковість банку і є його конкурентною перевагою на ринку);
- загальна оцінка поточного стану ділової репутації банку (його кількісне значення сприяє прийняттю раціональних управлінських рішень, зокрема тих, які спрямовані на збереження та покращення ділової репутації).

Важливими для формування методичних підходів до кількісного оцінювання гудвілу є наукові розробки Г. Десмонда і Р. Келли [4], які пропонують системний підхід до обґрунтування необхідності використання гудвілу. Для виконання завдань дослідження ми пропонуємо їх рекомендації щодо виокремлення трьох складових гудвілу адаптувати до специфіки банківського бізнесу.

Отже, під час розрахунку гудвілу для банків необхідно враховувати такі фактори:

- 1) наявність та обсяги операційних активів, що є безпосередньо в банку та готові до користування, серед яких найбільш важливими є фінансовий капітал, раціональне управління (менеджмент) та трудовий капітал (персонал банку); якість та концентрація цих компонентів в одному банку, ефективне функціонування їх

як єдиного цілого створюють додатковий синергетичний ефект;

- 2) наявність та обсяги додаткового економічного прибутку (додатковий економічний прибуток – це прибуток банку, що перевищує середні значення в банківському секторі);

- 3) очікувані ймовірні події, які відбудуться в майбутньому і не матимуть безпосереднього зв'язку з поточною діяльністю окремого банку; серед них виокремлюють очікувані злиття й поглинання, ймовірні фінансові інвестиції, майбутніх інвесторів або клієнтів, прогнозовані інноваційні банківські продукти.

У сучасних умовах розвитку бізнесу використовуються декілька основних підходів до визначення вартості гудвілу, зокрема кількісна оцінка репутації як перевищення ринкової вартості фірми над вартістю її чистих активів; оцінка гудвілу за обсягами реалізації продуктів; оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків; поточне дисконтування оцінки майбутніх надприбутків на основі методики компанії “Brand Finance”.

Слід зазначити, що велику кількість наявних методів оцінювання нематеріальних активів, з якими отожднюється ділова репутація, важко застосувати на практиці під час визначення гудвілу банків, оскільки більшість вхідних параметрів є невідомими (або інформація про них відсутня у зв'язку з проблемами транспарентності вітчизняної ринкової економіки). Тому найбільш доступною для банківської системи України методикою, на наш погляд, є оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків.

Оцінка гудвілу методом надлишкових прибутків ґрунтується на припущенні, що якщо один банк отримує більший прибуток на одиницю активів, ніж аналогічний банк, то це означає, що додатковий прибуток банку є результатом впливу його позитивної ділової репутації.

Для визначення вартості гудвілу групи банків України використано формулу, рекомендовану В. Рутгайзером [5, с. 149]:

$$Г = \frac{Чп}{Ра} * 100\% - ЧА, \quad (1)$$

де Г – гудвіл банку;

Чп – чистий прибуток до вирахування резервів;

Ра – рентабельність чистих активів в середньому по банківській системі;

ЧА – величина чистих активів банку.

На основі формули (1) проведено оцінювання гудвілу банків, які посідають перші 15 місць за рейтингом стійкості банків, що представлений Міністерством фінансів України в динаміці за останні 5 років.

Рейтинг стійкості розраховано Міністерством на основі показників фінансової звітності банків та іншої необхідної інформації з відкритих джерел, а саме офіційних сайтів банківського регулятора, банків, банківських асоціацій, рейтингових агентств, а також включає такі складові:

- 1) стресостійкість банку (здатність банку протистояти внутрішнім і зовнішнім ризикам, на яку впливає залежність від вкладів фізичних осіб, якість фон-

дування, якість управління кредитними операціями, прибутковість, ліквідність, достатність капіталу);

2) лояльність вкладників (успішність діяльності банку на роздрібному сегменті депозитного ринку (частка банку на ринку роздрібних депозитів, абсолютне та відносне зростання роздрібного портфеля вкладів тощо));

3) оцінка аналітиків (оцінка надійності банку з точки зору незалежних експертів).

Загальний бал рейтингу визначається як середнє арифметичне балів, отриманих банком за зазначеними трьома групами чинників.

Зазначимо, що в сучасних умовах функціонування банків під впливом інформаційних технологій, які значно прискорюють дію зовнішніх та внутрішніх чинників, ефективність діяльності банків залежать від ділової репутації, втрата якої призводить до паніки клієнтів, погіршення ліквідності, а можливо, й до банкрутства. Тому під час аналізування результатів та умов сучасної діяльності банків необхідно використовувати показники ділової репутації.

Використання оцінки вартості гудвілу дасть змогу визначити банки з найбільш позитивною діловою репутацією, а врахування цього показника під час визначення фінансової стійкості вибраних для дослідження вітчизняних банків найбільш точно визначити їх фінансову стійкість.

Розрахунки вартості гудвілу проведено за даними відкритої звітності банків України на офіційному сайті НБУ (табл. 1).

Як було зазначено вище, чим більше вартість гудвілу банку, тим вище його ділова репутація порівняно з іншими банками. З досліджуваних банків найбільшу позитивну вартість гудвілу на початок 2014 р. мали АТ «Райффайзен Банк Аваль» (9,2 млрд. грн.), ПАТ «ПУМБ» (6,0 млрд. грн.) та АТ «Ощадбанк» (5,3 млрд. грн.). Ділова репутація АТ «ОТП Банк»,

АТ «Укрексімбанк» та ПАТ «Альфа-банк» складала більше 3 млрд. грн. Водночас у таких банківських установах, як АТ «УкрСиббанк», АБ «Укргазбанк», ПАТ КБ «Правекс банк», ПАТ «Універсал банк», КБ «Південний», спостерігалась від'ємна вартість гудвілу.

Протягом досліджуваного періоду АТ «Райффайзен Банк Аваль» та ПАТ «ПУМБ» підтримували високу вартість своєї ділової репутації. Крім того, на початок 2018 р. порівняно з 2014 р. значно зросла вартість гудвілу АТ «УкрСиббанк», ПАТ «Креді Агріколь банк», ПАТ «Альфа-банк», ПАТ «Кредобанк», АБ «Укргазбанк». Кризові явища в економіці України за 2017 р. та проблеми якості менеджменту негативно вплинули на ділову репутацію АТ «Ощадбанк» та АТ «Укрексімбанк».

Зауважимо, що розрахована абсолютна величина гудвілу, на наш погляд, недостатньо оцінює ділову репутацію банку порівняно з іншими банками в рамках банківської системи. Більш доцільним може бути використання відносного показника, а саме ефективності ділової репутації банку (E_T). Йдеться про співвідношення вартості гудвілу та чистих активів банку (2):

$$E_T = G / \text{ЧА} \quad (2)$$

Результати розрахунків ефективності ділової репутації банку ділової репутації банків за досліджуваний період наведено на рис. 1.

Аналіз наведених даних на рис. 1 доводить, що розмір гудвілу на 1 грн. чистих активів у кожному з досліджуваних банків за останні п'ять років коливається залежно від результатів діяльності конкретного банку та банківської системи України загалом. Наприклад, станом на 1 січня 2014 р. найбільше значення E_T має ПАТ «Ідея Банк» (4,77), а від'ємне значення мають п'ять із 15 досліджуваних банків (АТ «УкрСиббанк», АБ «Укргазбанк», ПАТ КБ «Правекс банк», ПАТ «Універсал банк», КБ «Південний»).

Таблиця 1

Вартість гудвілу групи українських банків, млн. грн.

Найменування банків	Станом на 1 січня				
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	9 175	2 290	4 085	39 790	26 587
АТ «УкрСиббанк»	-388	1 377	1 465	26 412	4 465
ПАТ «Креді Агріколь банк»	1 516	-888	3 962	18 648	2 489
АТ «ОТП Банк»	4 222	1 148	-4 426	1 350	586
ПАТ «Кредобанк»	711	-463	382	5 070	2 025
АТ «Прокредитбанк»	428	315	695	4 723	760
АБ «Укргазбанк»	-68	2 936	936	4 484	1 712
АТ «Ощадбанк»	5 303	-8 526	9 575	14 088	-21 290
АТ «Укрексімбанк»	3 188	8 373	423	47 782	-2 178
ПАТ «Альфа-банк»	2 969	7 514	-2 524	15 392	3 411
ПАТ «ПУМБ»	5 973	4 001	5 727	16 571	6 190
ПАТ КБ «Правекс банк»	-562	-880	-2 523	-1 449	-1 447
ПАТ «Ідея Банк»	1 608	20	-569	2 801	965
ПАТ «Універсал банк»	-279	-1 022	-1 215	-3 452	733
КБ «Південний»	-495	-777	-307	3 085	1 139

Джерело: розроблено за даними НБУ [6]

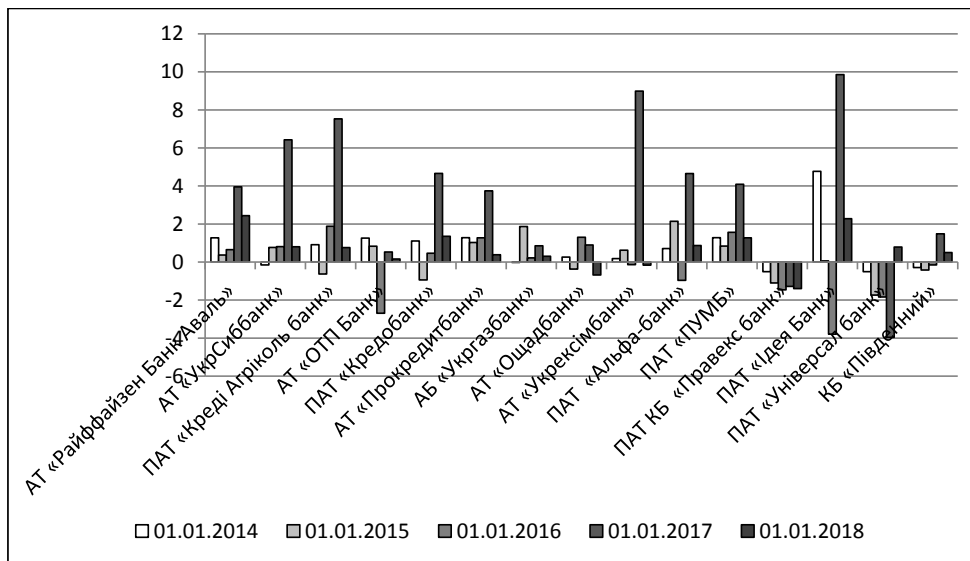


Рис. 1. Динаміка ефективності ділової репутації банку (E_T) по групі банків України

Джерело: розроблено за даними НБУ [6]

Станом на 1 січня 2015 р. найбільше значення показника (2,14) отримує ПАТ «Альфа-банк», лідером 2015 р. за розміром E_T стає ПАТ «ПУМБ» (1,56).

За 2016 р. досліджуваний показник значно зростає у більшості банків, що аналізуються, а особливо у ПАТ «Ідея Банк» (до 9,86 грн. гудвілу на 1 грн. чистих активів), АТ «Укресімбанк» (8,99) та ПАТ «Креді Агріколь банк» (7,53).

Динаміка ефективності ділової репутації банків за останні п'ять років свідчить про те, що з початку 2014 р. до 2017 р. він мав тенденцію до зростання у банків АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «УкрСиббанк», ПАТ «ПУМБ», ПАТ «Ідея Банк», АТ «Прокредитбанк». За 2017 р. величина цього показника значно знизилась загалом по досліджуваних банках. Найбільше значення показника E_T станом на 1 січня 2018 р. мали такі банки, як АТ «Райффайзен Банк Аваль» (2,44) та ПАТ «Ідея Банк» (2,28).

Вважаємо доцільним для отримання більш об'єктивної оцінки результатів діяльності вітчизняних банків використовувати рейтинг ділової репутації банку як складову загального рейтингу стійкості банків, який щомісячно публікується Міністерством фінансів України. Для врахування вартості гудвілу банків під час формування рейтингу рекомендуємо використовувати методику визначення балів, яка застосовується для визначення інших складових загального рейтингу, а саме 1 бал, якщо значення $E_T < -1$ від середнього значення; 2 бали, якщо значення $E_T < -0,25$ від середнього значення; 3 бали, якщо значення $E_T < 0,25$ від середнього значення; 4 бали, якщо значення $E_T < 1$ від середнього значення; 5 балів, якщо значення $E_T > 1$ від середнього значення.

Таким чином, загальний рейтинг стійкості банків буде визначатись як середня вже за чотирма критеріями, а саме критеріями стресостійкості, лояльності

вкладників, оцінки аналітиків та вартості ділової репутації. Результати розрахунку загального рейтингу стійкості банків з рекомендованим урахуванням гудвілу станом на початок 2018 р. наведено в табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать про те, що з урахуванням ділової репутації підвищили свій рейтинг АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «Кредобанк», ПАТ «ПУМБ», ПАТ «Ідея Банк», а у таких банків, як АТ «Ощадбанк», АТ «Укресімбанк», ПАТ «Правекс банк», рейтинг значно знизився (рис. 2).

Таким чином, аналіз отриманих результатів доводить, що сформований загальний рейтинг стійкості українських банків з урахуванням ефективності ділової репутації більш точно визначає дійсний стан їх фінансової стійкості на ринку банківських послуг.

Висновки. Репутація, якої банк набуває на фінансовому ринку, є прямим результатом всієї його діяльності. Формування позитивної репутації вимагає досить багато часу, але якщо вона є, то банк отримує додаткові конкурентні переваги. Для того щоб найбільш повно й ефективно використовувати цей найважливіший стратегічний ресурс, банкам потрібно постійно працювати над розвитком, зміцненням і збереженням своєї репутації. Кількісний показник ділової репутації – гудвіл – має велике значення для визначення результатів діяльності банків. Як свідчить проведений аналіз, його використання під час формування рейтингу стійкості банків України дав змогу більш точно визначити результати їх діяльності та реальне місце банку на ринку. Зазначене дає змогу зробити висновок про необхідність подальшого розвитку процесів використання банками показників ділової репутації для вирішення завдань транспарентності результатів їх діяльності, підвищення надійності, прибутковості та посилення конкурентоспроможності.

**Розрахунок рейтингу стійкості групи банків
станом на 1 січня 2018 р. з урахуванням ефективності ділової репутації**

Найменування банків	E_T	P_{ET}	P_{ZC}	P_{ZSEG}	Відхилення ($P_{ZSEG} - P_{ZC}$)
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2,44	5	4,74	4,81	0,07
АТ «УкрСиббанк»	0,80	3,12	4,38	4,14	-0,24
ПАТ «Креді Агріколь банк»	0,76	3,09	4,06	3,90	-0,16
АТ «ОТП Банк»	0,16	1,59	3,87	3,28	-0,60
ПАТ «Кредобанк»	1,35	4,72	3,86	4,17	0,31
АТ «Прокредитбанк»	0,38	2,0	3,81	3,40	-0,41
АБ «Укргазбанк»	0,30	1,9	3,72	3,35	-0,37
АТ «Ощадбанк»	-0,68	1	3,69	3,34	-0,36
АТ «Укрексімбанк»	-0,16	1	3,61	2,97	-0,64
ПАТ «Альфа-банк»	0,87	3,19	3,52	3,56	0,03
ПАТ «ПУМБ»	1,27	4,64	3,49	3,79	0,30
ПАТ КБ «Правекс банк»	-1,40	1	3,49	2,97	-0,52
ПАТ «Ідея Банк»	2,28	4,91	3,33	3,63	0,30
ПАТ «Універсал банк»	0,7	3,02	3,23	3,25	0,02
КБ «Південний»	0,50	2,61	3,20	3,24	0,03

Умовні позначення: E_T – ефективність ділової репутації банків; P_{ET} – рейтинг банків за ефективністю ділової репутації; P_{ZC} – загальний рейтинг стійкості банків за даними Мінфіну України; P_{ZSEG} – загальний рейтинг стійкості банків з урахуванням ефективності ділової репутації

Джерело: розроблено за даними НБУ [6] та Мінфіну України [7]



Рис. 2. Загальний рейтинг стійкості банків станом на 1 січня 2018 р. [6; 7]

Список літератури:

1. Рейли Р., Швайс Р. Оценка нематериальных активов / пер. с англ. Бюро переводов Ройд. Москва: ИД «КВИНТО КОНСАЛТИНГ», 2005. 792 с.
2. Маслова Н. Бренд банку: сутність, елементи, вплив на клієнтів. Вісник КНТЕУ. 2010. № 5. С. 24–32.
3. Кузнецова Л. Методичні основи розробки стратегії розвитку корпоративного кредитування в банку. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 47 (61). С. 90–97.
4. Дэсмонд Г., Келли Р. Руководство по оценке бизнеса. Москва: РОО, 1996. 324 с.
5. Рутгайзер В., Будицкий А. Оценка рыночной стоимости коммерческого банка: методические разработки. Москва: Маросейка, 2007. 224 с.
6. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
7. Офіційний сайт Мінфіну України. URL: <https://minfin.com.ua/banks/rating/?date=2018-03-07>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА С УЧЕТОМ ЕГО ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

В статье проведен анализ влияния деловой репутации на результаты деятельности банков Украины; предложены методические подходы к количественному оцениванию деловой репутации банка; определены особенности и специфика гудвилла банков; осуществлен расчет гудвилла группы банков Украины, а также предложена методика его использования при определении устойчивости отечественных банков.

Ключевые слова: банк, деловая репутация, гудвилл, финансовая устойчивость, рейтинг.

METHODICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION OF BANK'S ACTIVITY RESULTS TAKING INTO ACCOUNT ITS BUSINESS REPUTATION

The article has the analysis of influence of the business reputation on the activity of Ukrainian banks; methodical approaches to the quantitative evaluation of the bank business reputation have been suggested, particular characteristics and key features of the bank goodwill have been determined, the goodwill of Ukrainian banks has been calculated and methods of its use when determining the domestic bank firmness rating have been suggested.

Key words: bank, business reputation, goodwill, financial, rating.

УДК 336.63

Шевчук Я.В.

старший внутрішній аудитор,
ПРАТ «Київстар»

ФІНТЕХ-КОМПАНІЇ ЯК СКЛАДОВА ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

У статті розглянуто теоретико-практичні аспекти діяльності фінтех-компаній як інфраструктурних учасників ринку проектного фінансування. Визначено напрями функціонування фінтех-компаній. Досліджено структуру ринку фінтех в Україні та світі. Виокремлено P2B-кредитування та краудфандінг як основні види діяльності фінтех-компаній, що задіяні у проектному фінансуванні. Обґрунтовано можливості використання даних фінтех-послуг для фінансування проектів на основі аналізу світового та вітчизняного досвіду.

Ключові слова: фінтех, фінтех-компанії, проектне фінансування, інфраструктура, P2B-кредитування, краудфандінг.

Вступ. Сьогодні глобальний ринок проектного фінансування передбачає участь цілої низки суб'єктів, які виступають учасниками угоди з боку попиту та пропозиції та безпосередньо задіяні в процесі реалізації фінансового забезпечення інвестиційних та інфраструктурних проектів. Однак їх діяльність була б неможливою без різних посередників, які забезпечують дієвість функціонування цього ринку, прискорюють та спрощують процес укладання угод, надають консультативні, аналітичні, інформаційні, страхові та інші послуги. Сукупність таких суб'єктів та діяльність, що вони здійснюють, формують інфраструктуру ринку проектного фінансування.

Нині інфраструктурне середовище ринку проектного фінансування у світі є досить містким і відрізняється значним рівнем варіативності, оскільки з розвитком цього виду діяльності, суспільно-економічних відносин загалом, а також науково-технічним прогресом до складу його суб'єктів додаються все нові посередники. Навіть в Україні, попри слабкий інтерес до проектного фінансування, їх діяльність набуває все більшої популярності. Серед них особливе місце належить фінтех-компаніям.

Аналіз останніх наукових досліджень. Будучи відносно новим явищем як у площині розвитку світового фінансового ринку, так і щодо трансформа-

ційних процесів в економіці України, діяльність фінтех-компаній поступово знаходить своє відображення у вітчизняній науковій літературі. За останні п'ять років дослідженнями за напрямом діяльності цих суб'єктів займалися Г. Поченчук [1; 2], Н. Пантелеєва [3], С. Волосович [4], А. Шкляр [5] та інші вчені. Проблематика наукових праць вказаних дослідників стосувалась таких питань, як, зокрема, сутність, еволюція та напрями діяльності фінтех-компаній, їх роль на фінансовому ринку, значимість для сучасного етапу розвитку банківського бізнесу. Проте функціональна природа фінтех настільки складна, що сьогодні він усе глибше проникає в різні сфери суспільного життя, зокрема економічну. Зокрема, потенціал окремих фінтех-компаній на ринку проектного фінансування є значним, однак зовсім не вивченим, що обумовлює актуальність вибраної теми статті.

Мета статті полягає в поглибленні теоретико-практичних засад функціонування фінтех-компаній як складових інфраструктури ринку проектного фінансування. Досягнення поставленої мети вимагатиме виконання низки завдань, зокрема структуризації напрямів діяльності фінтех-компаній, виокремлення тих із них, що стосуються проектного фінансування, а також їх характеристики в розрізі світової та вітчизняної практики.

Викладення основного матеріалу. Насамперед слід визначити, що фінтех-компанії (англ. "FinTech") – це фірми чи організації, які використовують фінансові технології та інновації в ІТ для протистояння традиційними фінансово-кредитним установам (насамперед, банкам) на ринку фінансових послуг. Цей сектор представлений як великими фінансовими організаціями, так і численними технологічними стартапами.

Сьогодні фінтех-компанії здійснюють свою діяльність за такими напрямками (рис. 1).

Очевидно, що на ринку проектного фінансування ключова роль належить тим фінтех-компаніям, які обслуговують фінансове забезпечення інвестиційних проектів та стартапів, використовуючи такі інструменти, як P2P-кредитування та краудфандінг.

Взагалі явище «фінтех» з'явилося у світі відносно нещодавно, а саме у 2008 р., як реакція на необхідність банків до адаптації до нових умов ведення бізнесу, посилення вимог до банківського капіталу та нових стандартів управління ризиками. Усе це відбувалось на фоні розвитку ІТ-сфери, пошуку малого та середнього бізнесу альтернативних шляхів для фінансування своєї діяльності з одночасним намаганням приватних інвесторів, які раніше займалися об'єктами нерухомості, знайти нові напрями для отримання додаткового доходу.

В результаті вже у 2017 р. цей сегмент встановив новий рекорд за обсягом глобальних інвестицій, а саме профільні стартапи залучили 16,6 млрд. дол. США, а кількість угод становила 1 128. Найбільший ріст при цьому продемонстрував європейський ринок, який виріс на 120% [6]. Структура інвестицій на глобальному ринку фінтех представлена на рис. 2.

Як видно з діаграми, саме сектор надання послуг з фінансування, зокрема кредитування бізнесу (31%) разом із краудфандінгом (1%), обіймає найбільшу частку у структурі ринку інвестицій серед фінтех-компаній, створюючи нові можливості для доступу до фінансування суб'єктами господарювання своїх інвестиційних задумів.

В Україні, як і в усьому світі, еволюція фінтех відбувалася спочатку у відповідь на банківську кризу

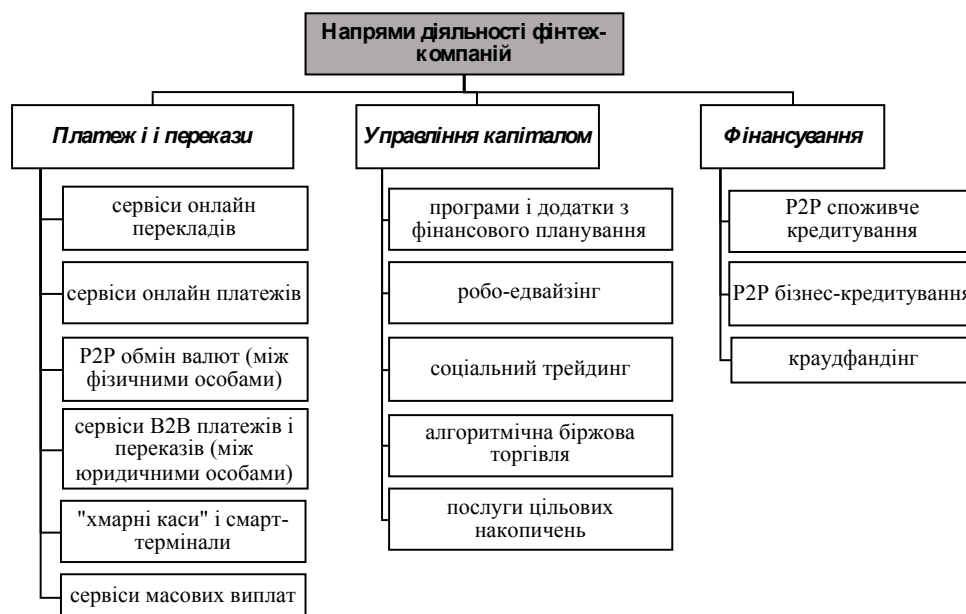


Рис. 1. Напрями діяльності фінтех-компаній

Джерело: складено автором самостійно

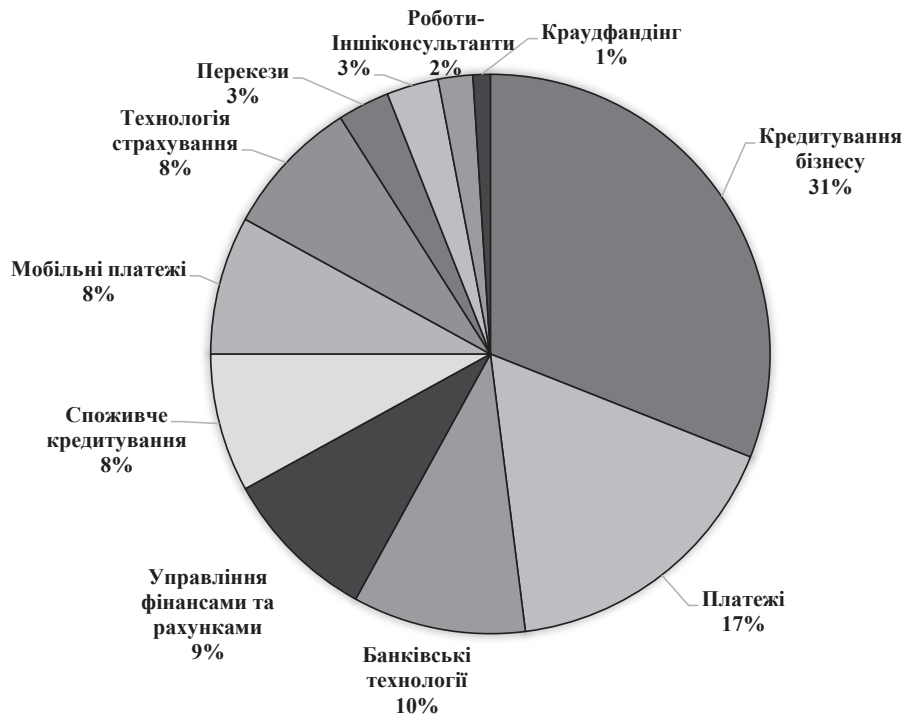


Рис. 2. Структура діяльності на глобальному ринку фінтех у 2017 р.

Джерело: [7]

2008–2009 рр., а потім очікувано в результаті кризи 2013–2014 рр., яка супроводжувалась укрупненням банків, зменшенням кількості їх відділень, скороченням доступу до банківського інвестиційного кредитування, згортанням програм проектного фінансування та загальним падінням рівня довіри населення до банків. У зв'язку із зазначеним вище вітчизняні фінтех-компанії значною мірою активізували свою діяльність. При цьому 40% з них були засновані до 2015 р., тоді як 60% провайдерів з'явилися за останні три роки. Близько 84% з них вже почали пропонувати продукти та надавати відповідні послуги. Проте структура напрямів діяльності фінтех-компаній в Україні значною мірою відрізняється від тієї, що є на глобальному ринку (рис. 3).

В Україні найбільше послуг фінтех-компанії надають у сфері здійснення грошових платежів та переказів (31,6%), а також впровадження нових технологій та поліпшення інфраструктури фінансового ринку (19,3%), тоді як кредитування тут займає лише третю позицію (14%).

В контексті формування інфраструктурного середовища ринку проектного фінансування неабияку роль відіграв розвиток небанківських послуг з кредитування, який дав змогу надавати кредити клієнтам через посередницькі онлайн-платформи, які дають можливість позичальникам та кредиторам взаємодіяти безпосередньо, використовуючи для фінансування кошти цих платформ або ж надаючи позику напряму. У цій

широкій категорії представлені платформи прямого кредитування бізнесу у форматі P2P та краудфандінгу.

P2P-кредитування є інноваційним фінансовим інструментом, який дає змогу позичальникам отримати фінансування на засадах кредиту від приватних або інституційних інвесторів, оминаючи традиційні фінансово-кредитні посередники (банки).

Попри те, що цей вид кредиту більшою мірою підходить для кредитування фізичних осіб, він знайшов своє застосування й у сфері кредитування малого бізнесу (P2B). Цільове призначення таких позик переважно пов'язане з реалізацією стартапів у галузі інновацій, соціальних проектів, розвитку культури та екологічної допомоги. Головними особливостями такого кредитування є:

- відсутність господарських зв'язків між кредиторами та позичальниками, оскільки операція відбувається онлайн на інтернет-платформі, якою керує спеціалізована кредитна організація;
- можливість кредиторів на власний розсуд вибрати позичальників, а також здійснювати перепродаж дебіторської заборгованості іншим учасникам платформи;
- незабезпеченість позики, формування кредитної ставки в процесі зворотного аукціону, який здійснюють кредитори у боротьбі за найнижчий відсоток.

Перший P2P-кредит був наданий у Великобританії компанією “Zora”, заснованою у 2005 р. Згодом до неї додалися й інші, зокрема “Funding Circle”, “Thin Cats”, “Assetz Capital”, “Rate Setter”, “Market Invoice”. У США

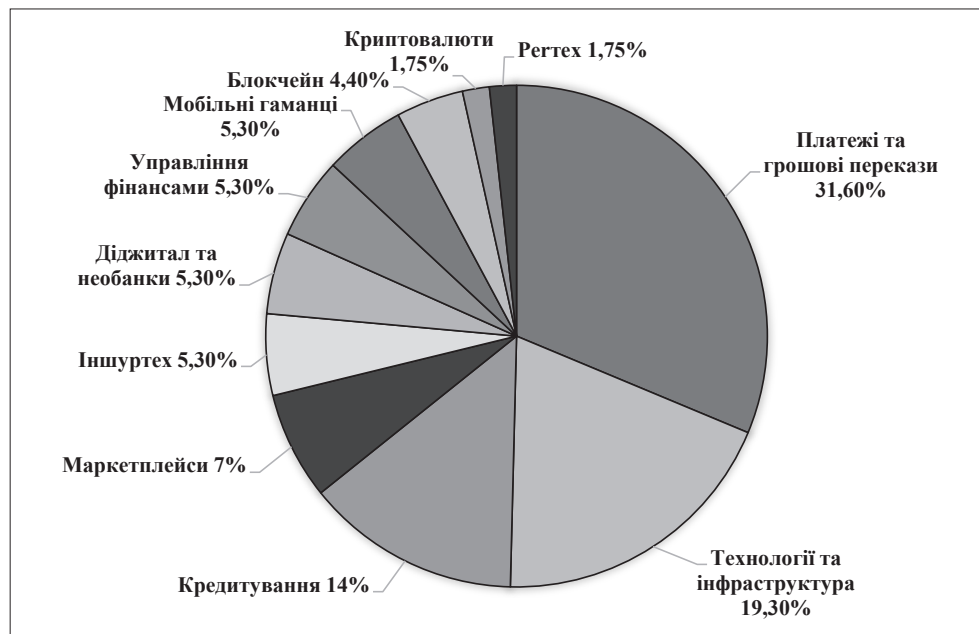


Рис. 3. Структура діяльності на ринку фінтех в Україні у 2017 р.

Джерело: [7]

цей вид кредитування почав розвиватися з 2006 р., коли були засновані компанії “Prosper” та “Lending Club”. Згодом до них приєдналися “Zidisha”, “Pertuity Direct”, “Virgin Money US”, “Blackhawk Investments Corp.”. Сьогодні платформи для P2P-кредитування можна знайти в Австралії, Німеччині, Китаї, Індії, Норвегії, Швеції, Фінляндії [8].

Якщо поглянути на те, які фінтех-компанії були світовими лідерами з онлайн-кредитування саме бізнесу у 2017 р., то слід назвати такі (табл. 1).

Аналіз напрямів діяльності платформ, які спеціалізуються на онлайн-кредитуванні бізнесу, показав, що фінансування отримують переважно малі, рідше – середні підприємства, які потребують коштів на поповнення свого оборотного капіталу. Таким чином, попри значний потенціал, цей інструмент не задіяний у проектному фінансуванні, однак активна участь венчурних інвесторів дає підстави говорити, що такі платформи можуть слугувати майданчиками для залучення фінансування під інвестиційні потреби.

На жаль, в Україні фінансування проектів за допомогою моделі P2B-кредитування розвивається повільно. Створені у 2010 р. сервіс “Credery.com” від компанії “IVEXE Innovation Ventures” і у 2013 р. платформи «Сім зірок» від компанії «Імперіус Груп» припинили свою діяльність у 2014 р. У 2015 р. заснована платформа “uCredit”, проте нині вона є неактивною.

Станом на кінець 2017 р. в Україні діяли 14 онлайн-платформ кредитування, однак усі вони розраховані на невеликі кредити терміном до 12 місяців, які не потребують зазначення цільового призначення позичених коштів.

Значно більше пристосованим до потреб проектного фінансування є краудфандінг, що можна визна-

чити як фінансовий інструмент для збору коштів на реалізацію певного проекту засобами інтернет-майданчику, де спонсорами (інвесторами) виступають добровільно переважно фізичні особи.

Перші з них з’явилися на початку 2000-х рр. і спеціалізувалися на підтримці культурних проектів, таких як “Artist Share” (2001 р., займається проектами у сфері музики) та “FilmVenture” (2002 р., залучає фінансування в кіноіндустрію). Пізніше краудфандінгові платформи почали використовувати для збору коштів на соціально значимі заходи, а згодом вони перетворилися на привабливий інструмент підтримки стартапів.

У 2017 р., згідно з даними “CBinsights”, лідерами серед фінтех-компаній, що займаються краудфандінгом, стали такі (табл. 2) [9].

Аналіз умов, за якими відбувається пошук спонсорів для фінансування проектів на головних краудфандінгових платформах у світі, показав, що ці майданчики мають неабиякий потенціал для залучення коштів у стартапи та молоді фірми, що розвиваються. Краудфандінг може бути:

- безоплатним або благодійним (збір коштів на некомерційні проекти, винагорода відсутня);
- борговим (кошти збираються для фінансування фізичних осіб-споживачів і бізнесу на засадах кредиту, при цьому процентні ставки зазвичай нижчі, а інвестор може вибрати ступінь допустимого ризику);
- з винагородою (передбачає отримання нефінансової вигоди у вигляді товарів, робіт і творів мистецтва під час збору коштів для творчих, культурних, спортивних проектів зазвичай за принципом «все або нічого»);
- краудінвестингом (інвестиції в компанію залучаються в обмін на її акції, а залучені кошти спрямовуються на розвиток підприємства);

Топ-10 фінтех-компаній, що спеціалізуються на P2B-кредитуванні, у світі за 2017 р.

№	Назва компанії	Країна та рік заснування	Спеціалізація	Обсяг наданого кредитування	Останній реалізований проект*
1	Kabbage	США, 2012 р.	Гнучке фінансування малого бізнесу в режимі онлайн	2 450 млн. дол. США	Кредитна лінія на суму 200 млн. дол. США
2	Blue Vine	США, 2013 р.	Швидке кредитування на поповнення обігового капіталу для малого та середнього бізнесу, факторингові операції	576,62 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії E на суму 60 млн. дол. США
3	Dian Rong	Китай, 2013 р.	Кредитування малих та середніх підприємств у Китаї	509 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії D на суму 70 млн. дол. США
4	Funding Circle	Великобританія, 2010 р.	Кредитування малих підприємств на різні потреби	373,37 млн. дол. США	Змагання бізнес-планів на суму 130 тис. дол. США
5	Behalf	США, 2013 р.	Гнучке фінансування малого та середнього бізнесу в режимі онлайн	306 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії D
6	C2FO	США, 2010 р.	Фінансування з метою оптимізації робочого капіталу підприємства	199,68 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії F на суму 100 млн. дол. США
7	Capital Float	Індія, 2014 р.	Кредитування малих та середніх підприємств для поповнення обігових коштів	192,8 млн. дол. США	Кредит на суму 80 млн. дол. США
8	Fundbox	США, 2014 р.	Фінансування малого бізнесу	107,5 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії C на суму 50 млн. дол. США
9	Prospera	Австралія, 2013 р.	Швидке кредитування для малих підприємств Австралії	80,89 млн. дол. США	Кредит на суму 16 млн. дол. США
10	Market Invoice	Великобританія, 2013 р.	Фінансування малого бізнесу	44,32 млн. дол. США	Венчурне фінансування серії C на суму 9,5 млн. дол. США

* станом на 1 липня 2018 р.

Джерело: складено автором самостійно за даними джерела [9]

– факторинговим (інвестори купують неврегульовані бізнес-інвойси зі знижкою, а продавець використовує неоплачені рахунки як заставу, щоби швидко отримати фінансування).

Щодо України, то краудфандінг тут почав розвиватися зі створенням у 2012 р. платформи «Спільнокошт» («Biggggidea»), яка спеціалізується на фінансуванні проектів у сфері освіти, охорони здоров'я, літератури, музики, журналістики та наукових досліджень. У 2014 р. до неї додалась «Na-Starte», яка опосередковує залучення коштів у проекти сфери культури, видавничої справи, мистецтва та спорту.

Щодо платформ, які можуть займатися пошуком інвесторів у стартап-проекти, то таких нині в Україні практично немає. Нині діє лише один такий майданчик, а саме «Startup Network». Станом на 1 липня 2018 р. у базі цієї компанії було 13 158 стартапів та інвестиційних проектів, які потребували фінансування, 2 270 заявок на отримання позики, 4 252 пропозиції з продажу бізнесу або його частки. На сайті «Startup Network» представлено проекти з усіх сфер бізнесу, а також немає жодних обмежень на встановлення умов фінансування. Суб'єкт, що потребує фінансування, сам вибирає метод фінансування (участь у капіталі, продаж бізнесу чи венчурний кредит), пропонує процентну ставку, зазначає необхідну суму. Головна функція плат-

форми полягає лише в перегляді та модерації заявок, а також їх подальшій публікації [15].

У зв'язку з тим, що на вітчизняному ринку фінтех-компаній немає таких, що займаються краудфандінгом, українські стартапи все частіше шукають шляхи виходу на світові майданчики. Найбільшою популярністю користуються згадані вище «Kickstarter» та «Indiegogo». Лише за минулий рік українські стартапи зібрали майже 1,5 млрд. дол. США на «Kickstarter» [16]. Однак для вітчизняних проектів все ще складно отримати фінансування на світових майданчиках, оскільки просування проекту вимагає значних маркетингових витрат, а нерідко – наявності готового прототипу продукту.

Висновки. В умовах прискорення темпів науково-технічного прогресу та нарощування обсягів використання інформаційних технологій фінтех-компанії відіграють усе більшу роль на фінансовому ринку. З усього спектру послуг, що пропонує фінтех, у проектному фінансуванні можуть бути задіяні ті, що пропонують своїм клієнтам новітні механізми залучення коштів. Фінтех-компанії, чий онлайн-платформи використовуються для P2B-кредитування та краудфандінгу, слід розглядати як інфраструктурні учасники ринку проектного фінансування, які самостійно не беруть участь у проекті власними коштами, однак

Характеристика найбільших фінтех-компаній, що спеціалізуються на краудфандінгу, у світі за 2017 р.

№	Назва, країна та рік заснування	Характеристика
1	Kickstarter, США, 2009 р.	– Підходить для великих компаній, які потребують фінансування креативних та бізнес-проектів; – кошти надаються індивідуальними інвесторами на проекти, що належать до однієї з таких категорій, як мистецтво, комікси, ремесла, дизайн, мода, кіно, їжа, ігри, журналістика, музика, фотографія, публіцистика, технології, театр; благодійні проекти не дозволені; – фінансування доступне для повнолітніх користувачів зі США, більшості країн Західної Європи, Канади, Мексики, Гонконгу, Австралії, Нової Зеландії, Японії та Сінгапуру; – фінансування проекту не передбачає грошової винагороди, однак дає можливість спонсорам проекту скористатися послугою чи отримати товар, створений в результаті реалізації проекту; – умови фінансування: максимальний термін збору коштів становить 60 днів; комісія платформи – 5%; комісія за обробку платежу – 3%+0,02 дол. США за кожен внесок; формат отримання коштів «все або нічого» (якщо термін збору коштів закінчився, однак заявлена сума не була зібрана, клієнт нічого не отримує); – 146 847 проектів були успішно профінансовані на загальну суму 3 800 млн. дол. США.
2	Indiegogo, США, 2011 р.	– Фінансування як креативних, так і благодійних проектів для учасників з усіх країн світу; – проекти, що претендують на фінансування, можуть бути представлені в одній з трьох категорій, таких як технології та інновації, творчі роботи, суспільні проекти; – умови фінансування: максимальний термін збору коштів становить 60 днів; комісія платформи – 5% (для благодійних проектів – 0%); комісія за обробку платежу – 3%+0,03 дол. США за кожен внесок; формат отримання коштів вибирається між «все або нічого» та отриманням стільки, скільки вдалося зібрати; для корпорацій зі США, які виступають спонсорами проекту, передбачено можливість отримання частки створеного бізнесу (ІТ, медіа та розваги, програмне забезпечення, «зелені» технології, мобільний зв'язок, соціальна сфера, ігри); – понад 650 тис. проектів отримали фінансування на загальну суму понад 1 млрд. дол. США.
3	Circle Up, США, 2012 р.	– Фінансування новостворених та зростаючих компаній у сфері споживчих товарів та роздрібною торгівлі; – умови фінансування: формат отримання коштів «все або нічого»; участь інвестора у проекті передбачає отримання ним відповідної частки привілейованих акцій (рідше – простих акцій чи конвертованих облігацій) у компанії, що фінансується; компанія, що претендує на фінансування, сплачує комісійні за процедуру лістингу; мінімальна сума інвестицій становить 100 тис. дол. США; – 225 стартапів зібрали за допомогою платформи 390 млн. дол. США.
4	Crowdcube, Великобританія, 2011 р.	– Фінансування стартапів, новостворених та зростаючих компаній різних сфер діяльності; – умови фінансування: мінімальна сума інвестицій становить 10 фунтів стерлінгів; участь інвестора передбачає одну з двох моделей, а саме акціонування (придбання частки акцій компанії) та модель фіксованого доходу (придбання облігацій компанії з фіксованою ставкою); формат отримання коштів «все або нічого»; – успішно профінансовано проекти на загальну суму 335 млн. фунтів стерлінгів станом на кінець 1 кварталу 2018 р.
5	Angel List, США, 2013 р.	– Платформа-синдикат, яка працює зі стартапами, «бізнес-ангелами» та пошукачами роботи у сфері стартапів; – умови фінансування: кошти надаються акредитованими інвесторами, а саме «бізнес-ангелами»; мінімальна сума інвестицій становить 1 000 дол. США; – нині на базі платформи працюють 25 617 техкомпаній та стартапів.
6	Seedrs, Великобританія, 2012 р.	– Фінансування стартапів та зростаючих компаній різних сфер діяльності за рахунок інвесторів із 94 країн світу; – умови фінансування: спонсори проекту отримують частку у компанії або конвертують її у знижку для майбутніх інвестицій; мінімальна сума інвестицій становить 10 фунтів стерлінгів; комісія за обробку платежу – 0,5%, а за адміністративні витрати платформи – 2 500 фунтів стерлінгів; – успішно профінансовано 650 проектів на загальну суму 392 млн. фунтів стерлінгів.
7	Go Fund Me, США, 2010 р.	– Фінансування бізнес-проектів та переважно благодійних заходів; – спонсорами проекту можуть виступати лише повнолітні особи з 19 країн світу; – умови фінансування: термін збору коштів необмежений; комісія платформи становить 5% для усіх країн, крім США; комісія за обробку платежу – 2,9%+0,03 дол. США за кожен внесок; формат отримання коштів дає змогу забрати будь-яку суму, навіть якщо вона не досягла заявленого мінімуму; – станом на кінець 2017 р. профінансовано проектів на суму 3 000 млн. дол. США.

Джерело: складено автором самостійно за даними джерел [10–14]

виступають посередниками під час заключення угод з його фінансування.

P2B-кредитування як різновид P2P-кредитування для суб'єктів бізнесу активно застосовується закордоном, причому переважно для задоволення поточних потреб невеликих підприємств. Однак вивчення особливостей діяльності ключових гравців на цьому ринку у світі показало, що цей інструмент може бути використаний і для фінансування інвестиційних заходів та капітальних потреб фірм.

Механізм фінансування більшості зарубіжних краудфандінгових майданчиків передбачає перш за все участь інвесторів у статутному капіталі компанії, що створюється, шляхом придбання її акцій, а також боргове фінансування. Краудфандінг підходить для венчурних інвестицій та «бізнес-ангелів». Використання краудфандінгових платформ значною мірою розширює можливості здійснення проектного фінансування, насамперед стартапів та молодих підприємств.

Аналіз світового фінтех-ринку довів, що досліджуваний сегмент фінтех-компаній має неабиякий потенціал з організації фінансування різноманітних проектів, тоді як в Україні він є слабко розвиненим. Майданчики з P2B-кредитування практично не функціонують, а

краудфандінг як вид діяльності фінтех-компаній значно поступається таким напрямом, як платежі й перекази, електронний банкінг та блокчейн.

Головним стримуючим фактором, що уповільнює входження фінтех-компаній на ринок проектного фінансування, слід вважати насамперед слабкість останнього як такого, однак цей чинник доповнюється відсутністю відповідного законодавчого та регуляторного поля, обмеженим доступом фінтех-провайдерів до капіталу та фінансування, незадовільним рівнем захищеності клієнтів таких платформ, слабким рівнем фінансової грамотності населення, що уповільнює розвиток інновацій у цій сфері. Водночас низький інтерес вітчизняних банків до проектного фінансування (нині лише шість великих українських банків пропонують такий продукт своїм клієнтам) та відсутність доступної альтернативи для залучення коштів у стартапи, соціальні проекти, інвестиційні проекти малого та середнього бізнесу дають підстави говорити, що P2B-кредитування та краудфандінг мають перспективи для розвитку в Україні. В контексті подальших досліджень пошук шляхів активізації розвитку фінтех-компаній, які займаються цими видами діяльності, буде вартий уваги.

Список літератури:

1. Поченчук Г. Фінансові технології: розвиток і регулювання. Економіка та суспільство. 2017. № 13. С. 1193–1200.
2. Поченчук Г. Fintech у структурі фінансової системи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21. С. 49–55. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/11.pdf>.
3. Пантелєєва Н. Фінансові інновації в умовах цифровізації економіки: тенденції, виклики та загрози. Приазовський економічний вісник. 2017. № 3. С. 68–73. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/3_03_uk/17.pdf.
4. Волосович С. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері. Економічний вісник університету. 2017. Вип. 33 (1). С. 15–22. URL: <http://oaji.net/articles/2017/1900-1525290774.pdf>.
5. Шкляр А. Класичний банкінг: напрями трансформації в умовах технологічної революції. Український соціум. 2018. № 1. С. 49–58. URL: http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2018/US_1_2018/49-58%20Shkliar.pdf.
6. Який світовий контекст FinTech? URL: <http://fintech.unit.city/guide2018>.
7. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог – 2017. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». URL: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf.
8. Петренко І. P2P-кредитування як новітній метод фінансування інвестиційних проектів. Научные исследования и их практическое применение: современное состояние и пути развития. 2015. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/en/economy-315/financial-cash-flow-and-credit-315/26314-315-125>.
9. The FinTech – 250 // Офіційний сайт “CBinsights”. URL: <https://www.cbinsights.com/research-FinTech250>.
10. Start-Up Business Loan Reviews // Офіційний сайт “Merchant Maverick”. URL: <https://www.merchantmaverick.com/reviews>.
11. About us. Офіційний сайт “Circle Up”. URL: <https://circleup.com/about-us>.
12. Офіційний сайт “Crowd Cube”. URL: <https://www.crowdcube.com>.
13. Investing on Angel List // Офіційний сайт “Angel List”. URL: <https://angel.co/invest/start>.
14. How it works // Офіційний сайт “Seedrs”. URL: https://www.seedrs.com/how_to_invest.
15. Офіційний сайт “Startup Network”. URL: <https://startup.network.ua>.
16. Пилирюк С. 11 українських перемог на “Kickstarter”. The Village Україна. 2017. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/business-2017/266509-kickstarter-peremogi-u-2017-rotsi>.

ФИНТЕХ-КОМПАНИИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

В статье рассмотрены теоретико-практические аспекты деятельности финтех-компаний как инфраструктурных участников рынка проектного финансирования. Определены направления функционирования финтех-компаний. Исследована структура рынка финтех в Украине и мире. Выделены P2B-кредитование и краудфандинг как основные виды деятельности финтех-компаний, которые задействованы в проектном финансировании. Обоснованы возможности использования данных финтех-услуг для финансирования проектов на основе анализа мирового и отечественного опыта.

Ключевые слова: финтех, финтех-компании, проектное финансирование, инфраструктура, P2B-кредитование, краудфандинг.

FINTech COMPANIES AS AN ELEMENT OF INFRASTRUCTURE OF PROJECT FINANCE MARKET

The article contains theoretical and practical aspects of the activities of FinTech companies as infrastructure participants in project financing market. The directions of FinTech companies' functioning are determined. The structure of FinTech market in Ukraine and in the world is investigated. P2B lending and crowdfunding are defined as the main activities of FinTech companies involved in project financing. The possibilities of using of these FinTech-services for financing projects are discussed on the basis of analysis of world and domestic experience.

Key words: fintech, fintech companies, project financing, infrastructure, P2B lending, crowdfunding.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Акіліна Олена Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський університет імені Бориса Грінченка

Александрова Катерина Сергіївна, магістрант кафедри менеджменту організацій, Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Апальков Сергій Сергійович, аспірант, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Бондаренко Людмила Федорівна, викладач вищої категорії, Кременчуцький льотний коледж Національного авіаційного університету

Борщенко Тетяна Ігорівна, аспірант кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Водолазська Наталія Вікторівна, викладач вищої категорії, Кременчуцький льотний коледж Національного авіаційного університету

Гребенюк Галина Михайлівна, асистент, Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Грецька-Миргородська Вікторія Вікторівна, начальник управління інноваційного розвитку та іміджевих проєктів, Харківська міська рада

Григор'єва Юлія Андріївна, аспірант, Одеський національний політехнічний університет, керівник відділу маркетингу та реклами ДП «АВТОТРЕЙДІНГ-ОДЕСА»

Дейнега Інна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Рівненський державний гуманітарний університет

Дудкін Олег Миколайович, аспірант, Львівський університет бізнесу та права

Іванов Євген Іванович, кандидат економічних наук, начальник відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі, Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

Калачевська Лариса Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції, Сумський національний аграрний університет

Кірнос Інна Олександрівна, кандидат наук з державного управління, доцент, докторант, Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

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

Крилова Ірина Іванівна, кандидат юридичних наук, докторант, Національна академія державного управління при Президентові України

Мардус Наталія Юріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного аналізу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Мельников Олександр Валерійович, кандидат технічних наук, докторант, Науково-дослідний фінансовий інститут Державної навчально-наукової установи «Академія фінансового управління»

Михайлова Марина Вікторівна, магістрант кафедри менеджменту організацій, Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Носач Ірина Володимирівна, кандидат педагогічних наук, викладач-методист, Кременчуцький льотний коледж Національного авіаційного університету

Овчарук Вадим Володимирович, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Оганесян Валерік Самвелович, аспірант, Подільський державний аграрно-технічний університет

Орехова Альвіна Іванівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного контролю та аудиту, Сумський національний аграрний університет

Парубок Наталія Василівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський національний університет садівництва

Редько Катерина Юріївна, кандидат економічних наук, старший преподаватель кафедри міжнародної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сикорського»

Саснус Марія Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, Одеський національний економічний університет

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

Старчик Наталія Валентинівна, викладач вищої категорії, Кременчуцький льотний коледж Національного авіаційного університету

Улько Євгеній Миколайович, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва, Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва

Христін Артем Іванович, аспірант кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет

Чміль Ганна Леонідівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі

Шевчук Ярослав Васильович, старший внутрішній аудитор, ПРАТ «Київстар»

Шлапак Алла Василівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Яроміч Світлана Анатоліївна, кандидат економічних наук, професор кафедри менеджменту організацій, Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Яшкін Дмитро Сергійович, асистент кафедри маркетингу, Одеський національний політехнічний університет

НОТАТКИ

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Економіка і управління

Том 29 (68). № 4, 2018

Коректура • *О. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н. Ковальчук*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Телефон редакції: +38 (095) 430 01 12

Електронна пошта: editor@econ.vernadskyjournals.in.ua

Сторінка журналу: www.econ.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 17,93. Ум. друк. арк. 19,30.

Підписано до друку 28.09.18. Замов. № 0918/131. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105

Телефон +38 (0552) 39 95 80

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.