

ISSN 2307-5740  
DOI: 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

# ВІСНИК

Хмельницького  
національного  
університету

---

Економічні науки

---

2018, № 6, Том 2

---

Scientific journal

## HERALD

of Khmelnytskyi National University

---

Economic sciences

---

2018, Issue 6, Part 2

---

Хмельницький 2018

# ВІСНИК

## Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання

Постановою президії ВАК України від 12.05.2015 № 528

(<http://old.mon.gov.ua/ua/activity/563/perelik-naukovikh-fakhovikh-vidan/6797/>)

*Засновано в липні 1997 р.*

*Виходить 6 разів на рік*

---

### Хмельницький, 2018, № 6, Том 2 (264)

---

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет  
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

Наукова бібліотека України ім. В.І. Вернадського [http://nbuv.gov.ua/j-tit/Vchnu\\_ekon](http://nbuv.gov.ua/j-tit/Vchnu_ekon)

Журнал включено до наукометричних баз:

**Index Copernicus** <http://jml2012.indexcopernicus.com/i++i++i++p4539,3.html>

**Google Scholar** <http://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=nDupjDAAAAAJ>

**РИНЦ** [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=37652](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37652)

**Головний редактор** **Войнаренко М. П.**, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, член-кореспондент Національної академії наук України, проректор з науково-педагогічної та наукової роботи, перший проректор Хмельницького національного університету

**Заступник головного редактора.** **Нижник В. М.**, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету

**Голова редакційної колегії серії «Економічні науки»** **Гуляєва В. О.**, завідувач відділом інтелектуальної власності і трансферу технологій Хмельницького національного університету

**Відповідальний секретар** **Гуляєва В. О.**, завідувач відділом інтелектуальної власності і трансферу технологій Хмельницького національного університету

#### Члени редколегії серії «Економічні науки»

Войнаренко М. П., д. е. н.; Альохін О. Б., д. е. н.; Асаул А. М., д. е. н. (Російська Федерація); Бондаренко М. І., к. е. н.; Васильківський Д. М., д. е. н.; Ведерніков М. Д., д. е. н.; Вишківська Зофія, д. е. н. (Польща); Геєць В. М., д. е. н.; Гончар О. І., д. е. н.; Григоруку П. М., д. е. н.; Джалагонія Давід, проф. (Грузія); Диха М. В., д. е. н.; Дудко В. М., д. е. н. (Російська Федерація); Журба І. Є., д. е. н.; Завгородня Т. П., д. е. н.; Замазій О. В., д. е. н.; Євдокимов В. В., д. е. н.; Йохна М. А., д. е. н.; Ковальчук С. В., д. е. н.; Кулинич Р. О., д. е. н.; Лук'янова В. В., д. е. н.; Ляшенко О. М., д. е. н.; Любохинець Л. С., к. е. н.; Матюх С. А., к. е. н.; Мікула Н. А., д. е. н.; Микитенко В. В., д. е. н.; Мороз О. В., д. е. н.; Нижник В. М., д. е. н.; Олуйко В. М., д. н. держ. упр.; Орлов О. О., д. е. н.; Рудніченко Є. М., д. е. н.; Савіна Г. Г., д. е. н.; Семікіна М. В., д. е. н., Скоробогата Л. В., к. е. н.; Стадник В. В., д. е. н.; Тельнов А. С., д. е. н.; Ткаченко І. С., д. е. н.; Троціковські Тадеуш, к. е. н. (Польща); Тюріна Н. М., к. е. н.; Філіппова С. В., д. е. н.; Хрущ Н. А., д. е. н.; Церуйова Тетяна, д. е. н. (Словакія); Череп А. В., д. е. н.; Чорна Л. О., д. е. н.

*Технічний редактор*

Кравчик Ю. В., к. е. н.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету, протокол № 4 від 29.11.2018

**Адреса редакції:** Україна, 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, Хмельницький національний університет  
редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету"  
**☎** (0382) 67-51-08  
**e-mail:** [Visnyk.khnu@gmail.com](mailto:Visnyk.khnu@gmail.com)  
**web:** <http://journals.khnu.km.ua/vestnik>  
<http://vestnik.ho.com.ua>  
[http://lib.khnu.km.ua/visnyk\\_tup.htm](http://lib.khnu.km.ua/visnyk_tup.htm)

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.  
Свідчення про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 9721 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

© Хмельницький національний університет, 2018  
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2018

---

<b>DROBYAZKO S.</b> MODELS AND METHODS FOR ASSESSMENT OF THE ECONOMIC SAFETY OF COMPANIES .....	7
<b>САКУН О. С.</b> ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРУКТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	12
<b>ШАРКО В. В.</b> МАРКЕТИНГОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ В СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	19
<b>КУДЛАЄНКО С. В.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ .....	27
<b>ДЗЮБА Т.З.</b> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ .....	32
<b>РУДИК О. А.</b> РИНОК ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН: АНАЛІЗ СТАНУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	35
<b>ПІХНЯК Т. А., ПІХНЯК О. А.</b> БУХГАЛТЕРСЬКИЙ БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО АНАЛІЗУ .....	40
<b>САВІН С. Ю., БРЄЄВА Є. М.</b> РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ .....	45
<b>ГВОЗДЕЦЬКА І. В., ГАДЖУК С. В.</b> ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ .....	49
<b>БРІЮКОВ М. М.</b> КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕТАЛУРГІЙНОГО ХОЛДІНГУ .....	52
<b>ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ Д. М.</b> НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	58
<b>ГУРОЧКІНА В. В., КРАВЧЕНКО Л. В., ГНАТЮК С. С.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ: БОТИ ТА ХМАРИ .....	62
<b>КВІЛІНСЬКИЙ О.С.</b> ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	68
<b>ПЕДАН М.Л.</b> МАРКЕТИНГ В ЕФЕКТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ .....	73
<b>СИТА Є. М.</b> ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	77
<b>САКУН Л.М., ВЕДСІНА Ю.Ю., ТКАЧ О.Ю.</b> ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД .....	84
<b>ШАРКО М. В., ГУСАРІНА Н. В.</b> СТРУКТУРІЗАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ ТА НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	90

<b>ШАРКО М. В.</b> ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	94
<b>ПІДДУБНА О.М.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ, ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ .....	100
<b>РУСАК Д. М.</b> НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ .....	108
<b>КРАМАР І. Ю., МАРИНЕНКО Н. Ю.</b> ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ .....	118
<b>КРИЛОВ Д.В., ЗІНОВСЬКА С.І.,</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ .....	126
<b>ЛОЗИЧЕНКО О.М.,</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШКАЛИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	132
<b>КСЕНОФОНТОВ М.М., КАЧМАР О.В., БАКУН Ю.О.</b> ПРИНЦИПИ ТА КРИТЕРІАЛЬНІ ОЗНАКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	138
<b>ЮДІНА О. І.</b> МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	144
<b>БАГМЕТ К. В.</b> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ВІДПОВІДНО ДО ПРИНЦИПІВ ІНКЛЮЗИВНОГО ЗРОСТАННЯ .....	150
<b>ПОЛЯХ С. С.</b> РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ІНТЕРЕСІВ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ .....	154
<b>ШВЕД О. М.</b> МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОЦЕС ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛІЗАТОРІВ ГАЗУ .....	158
<b>КСЕНЖУК О. С.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ ДОРОГОЦІННИМИ МЕТАЛАМИ НА ТОВАРНИХ БІРЖАХ .....	163
<b>ШАРКО М. В., НАБОКА Р. М., ВИШНЕВСЬКА Н. О.</b> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ВИРОБНИЦТВА .....	169
<b>ВАСИЛЕНКО Н. Є., АВЕРЧЕВ О. В.</b> СТРОКИ ЗБИРАННЯ ВРОЖАЮ БАГАТОРІЧНИХ ЗЛАКОВИХ НИЗОВИХ ТРАВ ЗАЛЕЖНО ВІД ФОРМУВАННЯ ВРОЖАЮ .....	175
<b>САКУН О. С.</b> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РЕСУРС СТРУКТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ .....	182
<b>ПАЛЬЧЕВИЧ Г. Т., КОЗИНЕЦЬ Г. О.</b> ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	189

<b>ГЕВКО В. Л.</b> СУЧАСНА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ .....	197
<b>ГОНЧАРЕНКО Т. П.</b> ФАКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ БАНКІВ В СИСТЕМІ ЇХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ .....	201
<b>ДУДЧЕНКО В. Ю.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ .....	206
<b>КОРОБЕЦЬ О. М.</b> МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ГОТОВНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ПРИДБАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЕКОЛОГІЧНООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	210
<b>МОЛОТОК І. Ф.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН – ОРІЄНТИРІВ У КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ .....	215
<b>ПАВЛИК В. В., УС Я. О.</b> МІНІМІЗАЦІЯ РОЗРИВУ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ЕКОЛОГІЧНА ДЕТЕРМІНАНТА МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	219
<b>ЛЕЙБОВИЧ А. В.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ .....	225
<b>КУЦ Л. Л., ОМЕЛЬЯНЧУК Ю. М.</b> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ .....	231
<b>КРУПЕННА І. А., РОМАНЮК Н. В.</b> МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО СТРУКТУРИ ВИХІДНИХ ЧИННИКІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ .....	238
<b>ТАФІЙ Н. Г.</b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ .....	242
<b>КОЛІСНИК Н. А.</b> МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЗМІННОСТІ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА .....	247
<b>ГАМОВА О. В.</b> МЕТОДИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ .....	252
<b>НІКІФОРОВА Л. О.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ INDUSTRY 4.0 .....	258
<b>ЛИСАК В. М.</b> СУКУПНІ ВИТРАТИ НА СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА РЕЗЕРВИ ЕКОНОМІЇ .....	263
<b>НАГАСЬЦЬ І. Ю., ВОРОНКОВ В. В.</b> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	266

---

<b>ПІНЧУК А.О.</b> ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ .....	270
<b>АНТОШКОВА Н. А.</b> ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ «СЕРВІС» ТА «ОБСЛУГОВУВАННЯ» У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	275
<b>ВАСИЛЬЧЕНКО Л. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА .....	279
<b>ТУЛЬЧИНСЬКА С. О., ВОВК О. М.</b> ЕВОЛЮЦІЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ .....	284
<b>ДОБРОВОЛЬСЬКА К. А.</b> ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ДО ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ БРЕНДИНГУ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ .....	290
<b>ЛЕСЬКОВА С. В.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	295
<b>ЛЯШУК К. П.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	300
<b>ЦУРСЬКА Б. Г.</b> ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ЕКО-ТУР» .....	307
<b>ШАШИНА М. В.</b> МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ СТРУКТУРНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	313
<b>ФЕДОРЕНКО А. Є.</b> СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	320

UDC 368.212:629.33

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-7-11

DROBYAZKO S.

Open University of Human Development "Ukraine", Kiiv, Ukraine

## MODELS AND METHODS FOR ASSESSMENT OF THE ECONOMIC SAFETY OF COMPANIES

*The safety system proposed forms in each of its components the relevant functions that are implemented in various areas of relations: economic, informational, legal, and organizational ones, supporting them at a given level and avoiding contradictions or conflicts. The safety system capabilities are formed from the capabilities of each of the participants in insurance activities, to whom mutually agreed powers to protect the security object are delegated. The application of the proposed insurance activity safety system enables generation of security measures, rules of conduct and technology of transactions at each stage of insurance activities. The author's methodology for assessment of the economic safety of financial institutions, unlike the existing ones, takes into account the following criteria: risk criterion, level of security, efficiency of activity. When developing an effective method for assessment the safety of financial institutions, management should clearly understand the dynamics of the environment (macroeconomic indicators and the position of the state) and the state of the internal resources of the institution itself (dynamics of the insurance portfolio, quantitative and qualitative state of the insurance portfolio, return on assets and insurance transactions, risk level, financial position, etc.), since the interaction of these factors creates a real level of safety of activities. Three stages of insurance activity were considered: preparation of the transaction, its support (monitoring) and payment of insurance funds, each of them will comply with their security measures, rules of conduct and technology of the relationship. It has been proved that the main advantages of securitization of problem insurance debts are: the possibility of redistribution of the risk of a large concentration of problem debts, provision of additional sources of financial resources, removal of negative assets from balances, increase of their insurance rating, and improvement of liquidity.*

*Key words: economic safety, securitization, indicators, insurance portfolios, profitability*

ДРОБЯЗКО С. І.

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», м. Київ

## МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

*Запропонована система безпеки у кожному із її складових елементів формує відповідні функції, які реалізуються у різних сферах взаємовідносин: економічній, інформаційній, правовій, організаційній, підтримуючи їх на заданому рівні та не допускаючи виникнення протиріч чи конфліктів. Можливості системи безпеки формуються із можливостей кожного із учасників страхової діяльності, яким делегуються взаємно узгоджені повноваження щодо захисту об'єкту безпеки. Застосування запропонованої системи безпеки страхової діяльності дає можливість на кожному із етапів страхової діяльності генерувати заходи безпеки, правила поведінки та технології проведення операцій. Запропонована авторська методика оцінювання економічної безпеки фінансових установ, що на відміну від існуючих, враховує такі критерії: критерій ризику, рівень захищеності, ефективність діяльності. При побудові дієвої методики оцінки безпеки діяльності фінансових установ, керівництво повинно чітко уявляти динаміку зовнішнього середовища (макроекономічні показники та позиція держави) і стан внутрішніх ресурсів самої установи (динаміка страхового портфеля, кількісний та якісний стан страхового портфеля, рентабельність активів та страхових операцій, рівень ризику, фінансове становище тощо), оскільки з взаємодії цих факторів складається реальний рівень безпеки діяльності. Розглянуто три етапи страхової діяльності: підготовка операції, її супроводження (моніторинг) і оплата страхових коштів, кожному з них будуть відповідати свої заходи безпеки, правила поведінки та технології взаємовідносин. Доведено, що основними перевагами сек'юритизації проблемних страхової боргів можна вважати: можливість перерозподілу ризику великої концентрації проблемних боргів, забезпечення додатковими джерелами фінансових ресурсів, вивільнення балансів від негативних активів, підвищення їх страхового рейтингу, покращення ліквідності.*

*Ключові слова: економічна безпека, сек'юритизація, індикатори, страхові портфелі, рентабельність.*

**Statement of the problem.** When formulating goals and indicating objects, the strategy of economic safety should include the characterization of external and internal threats; definition of criteria and parameters (threshold values) of indicators characterizing the interests of companies and meeting the requirements of their economic safety; development of economic policy, including mechanisms of actions influencing the state of economic safety; the area of the implementation of the strategy.

**Analysis of recent researches and publications.** Modern scientific literature offers a large number of different models and methods for assessment of the state of economic safety of companies [1-3]: from general-scientific models to author techniques and suggestions. The complexity of the problem lies in the openness and reactivity of enterprises as a system that generates and delivers information to the internal and external environment.

The existence of different approaches leads to the need and expediency of their system classification and generalization in order to identify the advantages and disadvantages, and their improvement in the future or the development of more comprehensive and reliable methods on their basis. Analysis and comparison of approaches and methods of assessment of the level of economic security of enterprises allows to state that they vary significantly.

According to the results of the study, the following main approaches to assessment of the level of economic

safety are distinguished [4-7]: indicator-based; resource-functional; programm-target;

**Formulation purposes of article (problem).** But there are author methods for determination of the economic safety of companies based on the indicator-based approach. Indicator-based approach to assessment of the economic safety of companies allows you to comprehensively assess the level of economic safety, since at least the main aspects of activities are assessed (depends on the indicator system). The comparison of the actual values of the indicators with the thresholds allows us to trace the dynamics of both the indicators themselves and the level of economic safety.

**The main material.** The indicators obtained can be further used in the formation of the strategy of economic safety of companies. The indicator values shall be measured in percentages. The reduction of the indicator value characterizes the deterioration of the state of economic safety. To determine the integral index of economic safety of companies, the valuation of these indicators shall be carried out.

However, for this approach of the assessment of the economic safety of the companies, the questions on the methodological basis for determination of indicators that take into account the features of the functioning of enterprises, dynamics of the external environment, etc., composition of indicator, and the determination of threshold values for them are debatable. As a result, if the quantitative values of the indicators are not sufficiently accurately established, the level of economic safety may also be misunderstood, which in turn may lead to inadequate solutions in the field of ensuring an appropriate level of economic safety.

It is necessary to develop common approaches to the use of security forces and the application of appropriate measures to protect the subjects in the process of insurance relationships. The common approaches in the common defense system will be built through the creation of appropriate safety levels: informational, personnel, financial, and regulatory.

The information level involves protection of the interests of participants in insurance activities through minimization of information threats and counteracting them. A secure information space shall be created for the relationships of these participants in the formation and use of insurance resources. We recommend to create joint information databases, develop common methods for detection, identification, evaluation, protection and counteraction to disinformation, rumors, discreditation, blackmailing, and informational impact technologies, and coordinate the activities of participants in the field of their information security in fulfilling their obligations.

The personnel level shall be formed through provision of counteraction to any manifestations of unfair and criminal behaviour by personnel of participants of insurance activity on the basis of development of uniform methods and criteria of control of behaviour and work of employees [8] involved in the preparation and support of certain transactions.

The financial safety level includes:

- formation of joint bodies of coordination and management of transactions in the concrete relations of participants of insurance activities;
- the creation of joint working groups of representatives of participants of insurance activities for carrying out of corresponding transactions; the determination of their functions and the introduction of a single procedure for reporting on the state of their transactions, this can be especially effective for transactions that are significant in volume or are strategic for the participants in insurance activities;
- introduction of centralized and independent control of the state and dynamics of transactions in an automated mode, with periodic communication of its results to each of the participants in insurance activity; formation of tactics of actions of participants of insurance activity in case of violation of technology of transactions, unforeseen relationship of use (provision) of funds or unfair behaviour of participants.

The regulatory level of safety shall be created by introduction of appropriate restrictions and prohibitions both in the technology of transactions and in the relations of the participants of insurance activities. The regulatory measures exclude actions of participants, which can negatively affect the results of corporate interest in insurance activities.

The methods of provision of safety should be diverse and aimed at crossing all possible types of threats and areas of their actions: informational, economic, social-personnel, technological, technical, and legal [9-11]. Moreover, there should not be any specialization of methods for participants in insurance activities. The latter must possess a complete arsenal of such methods, applying them within the limits of their functions assigned to them in the relevant relationships. At the same time, the need for application or methodology for the use of safety methods must be coordinated with all stakeholders and be motivated by the danger of threats and be adequate to the situation.

That is, the insurance activity safety system should be focused on ensuring the development of insurance relations in accordance with the previously agreed and approved scenario and to prevent its violations. To this end, a significant part of safety measures should focus on creation of favorable conditions for the establishment and development of relationships. An important place in this should be devoted to building a scenario for the development of a specific transaction and the relationships of its subjects, identification the most vulnerable their technologies and stages, and formation of possible options for using the safety system capabilities to counter threats and protection against them. In all circumstances, any changes in the technology of transactions and the relationships of participants in lending activities should be as predictable and controlled as possible.

The function of legal priority ensures that all safety measures shall be carried out in accordance with the standards developed jointly by all participants in insurance activities. The basis of such rules should be formed by



appropriate legal framework for the relationship of the named participants, including with regard to the regulation of measures of protection of their interests. That is, ensuring the safety of insurance activities should be accompanied by relevant local rules that extend its impact on all its participants in the field of relations caused by the formation or use of insurance resources.

As you can see, an information base that is used when creating a system of safety indicators of insurance activities is formed on the basis of macroeconomic indicators and indicators of insurance activities. The indicator system is composed of indicators that reflect the level of financial and economic stability, adaptation, countering threats, continuous development and efficiency of use of resources.

At the first stage of the definition of an integrated safety assessment of insurance activity, the selection of a set of indicators shall be carried out in order to assess the status of functional components of safety, which ensures the adoption of managerial decisions regarding the analysis, prevention and neutralization of real and potential threats to the safety of companies.

The development of an effective system of safety indicators is a complex methodological problem, since their quantity and quality should be sufficient in order to ensure the timely and adequate signalling about the emergence and development of destabilizing trends in the bank, while not burdening the security system, created for an error-free and prompt response to possible threats. So, the list of indicators should ensure, on the one hand, the implementation of the most powerful and reliable analysis, and, on the other hand, the opportunity to quickly obtain information for their calculations. In this case, it is necessary to exclude those indicators that are not subject to calculation or duplicate each other. That is why it is expedient to calculate safety indicators of insurance activities of financial institutions based on the data of public accounting, which will enable you to quickly determine the level of safety of insurance activities and to conduct its rating in a competitive environment.

The author selected four criteria to help assess the safety of insurance activities of banks, as shown in Table 1.

Table 1

<b>Criteria and safety indicators of insurance activities of the insurance sector companies</b>	
<b>Criteria for the safety of banks' lending activities</b>	<b>Safety indicators of banks' lending activities</b>
1. The criterion for the effectiveness and formation and use of insurance resources	the rate of use of paid resources; the rate of use of aggregate liabilities; the rate of use of deposits.
2. Risk criterion	ratio of loans to liabilities; level of problems of credit portfolio; ratio of capital to loan; coefficient of provisions for losses
3. Performance criterion	profitability of the attracted resources; profitability of assets; profitability of insurance transactions
4. The criterion for the level of safety	the norm of instant liquidity; multiplier of capital

Source: author's development

The risk criterion is based on the features of the classification of risks. The value of assessment of the risk criterion is that it is possible to simulate insurance activities and carry out a comprehensive search of internal reserves on its basis in order to increase the effectiveness of safety. The approach proposed by the author is aimed not at the transfer of all types of insurance risks, but the creation of a certain system of insurance risk indicators, which allows insurance sector companies not to omit their individual varieties in determining the total size of risks in their activities. We propose that such indicators include the ratio of capital to issued insurance amounts, level of problem insurance cases and coefficient of provisions for losses.

Under the effective activity of insurance companies, one should understand their ability to achieve their goals through optimal use of resources, taking into account both microeconomic and macroeconomic functions in a market economy. The ensuring effective transaction of the insurance sector companies, in turn, requires rational organization of analytical work, the results of which serve as the basis for making economically sound management decisions and provides safety. The analysis makes it possible to determine the trends and regularities of the activity, to assess the impact of external and internal factors on the functioning of the insurance sector companies; scientifically substantiate the planning of further work and control over its implementation; determine the development potential and reserves for improvement of its efficiency.

The criterion of the level of protection of the insurance sector companies is the stability of financial and economic development. The ability to quickly make settlements on current liabilities creates grounds for the stable transaction of insurance sector companies. The slightest signs of a failure by the insurance sector companies to fulfill their obligations can cause panic among the clients, which in turn can lead to bankruptcy. The level of problem insurance products in the insurance portfolio is capable of signalling of the decline in financial security at an early stages. The level of aggressiveness of the insurance policy of the insurance sector companies has a direct impact on the level of its protection and financial security. Recently, the importance of controlling the currency position has increased significantly.

In addition to the specified indicators, it is mandatory to take into account the external conditions of the insurance activity and their impact on the safety of insurance relations. In a market economy, the insurance sector company is an open system, the activity of which is the interaction of internal and external environment. These two

components are constantly in tight interconnection. Depending on the force of influence of factors of each environment, one of them is dominant over the other and affects its functioning.

By systematizing and singling out certain factors, one must take into account that the safety system of the insurance activities of the insurance sector companies is formed simultaneously under the influence of a whole complex of economic processes and phenomena. Factors do not operate in isolation but systemically.

In order to formulate an effective method for assessment the safety of financial institutions, management should clearly understand the dynamics of the environment (macroeconomic indicators and the position of the state) and the state of the internal resources of the institution itself (dynamics of the insurance portfolio, quantitative and qualitative state of the insurance portfolio, return on assets and insurance transactions, risk level, financial position, etc.), since the interaction of these factors creates a real level of safety of activities.

The determination of the main characteristics of the values of indicators used in the analysis of the level of safety shall be performed at the second stage.

For indicators of financial statements of insurance companies, the economically feasible minimum and maximum values of indicators or their lower and upper limits are determined, macroeconomic indicators are investigated in the dynamics, that is, their change in a certain direction will indicate a decrease or increase of the level of safety of activities.

Exceptions here are macroeconomic indicators that do not have threshold values, so we will evaluate them in dynamics, that is, the change in such indicators in a certain direction should be regarded as a positive or negative feature.

The third stage is an expert assessment, in which the weighting coefficients are assigned to the calculated indicators. In the conditions of considerable uncertainty of the environment, it is proposed to use one of the traditional heuristic methods to solve the problem - the method of expert evaluations.

The application of the proposed insurance activity safety system enables generation of security measures, rules of conduct and technology of transactions at each stage of insurance activities. Considering that the use of insurance resources is carried out mainly in the form of insurance transactions and the fact that the latter undergo three stages (preparation of the transaction, its support (monitoring) and return of credit funds) in their development, each of them will comply with their security measures, rules of conduct and the technology of relationships (Table 2).

Table 2

**Safety system at each stage of insurance activity**

Stages of an insurance transaction	Contents of the safety insurance system
Preparation of the transaction	formation of safe conditions for conduction an insurance transaction
Monitoring	timely detection of signs that may indicate a violation of the terms of an insurance transaction
Return of funds	taking measures for the most complete fulfillment of obligations by each of the participants in the insurance transaction.

Considering insurance activities as a complex, multi-stage system of its relations with the participants of such activities and paying considerable attention to each of their stages, one can distinguish one of them, which is the most complicated, labor-intensive and costly for the institution. We are talking about the work of the institution for the recovery of insurance debts, which, for one reason or another, was not returned by borrowers in accordance with their contractual obligations.

The mechanism for managing the process of returning non-performing loans shall be ensured through the establishment of an appropriate coordination group within the institution, consisting of the representatives, debtor and the entities involved in the recovery of debts.

The main instrument of influence on the debt situation will be negotiations and agreements, information measures to accompany the process of repayment of debts, and legal measures.

An important place in the proposed system is given to the structural unit, through which forces and means the direct work on the return of debts is carried out.

**Insights from this study and perspectives for further research in this direction.** Given that modern business activities (accompanied by large volumes of problem debts, the market began to increasingly offer services on their return. The emergence of such proposals has led to the formation of a new type of activities - work on the repayment of debts. The specific conditions of the present time, in which the institutions are operating, makes such activities very relevant. Proceeding from this and in order the financial institutions work more professionally with problem debts, the urgency of securitization of bad debts is conditioned by the large capacity of the market of such debts and a significant term of insurance contracts, which makes it possible to form an additional segment of the stock market and the positive prospects for its development. It has been proved that the main advantages of securitization of problem insurance debts are: the possibility of redistribution of the risk of a large concentration of problem debts, provision of additional sources of financial resources, removal of negative assets from balances, increase of their insurance rating, and improvement of liquidity.

The important thing in this approach is that the securitization of problem insurance debts does not seriously violates the interests of the subjects of client relations, enabling them to resolve all issues without conflict.

So, the proposed system of measures for the recovery of insurance bad debts has a significant arsenal of methods, which primarily focused on the non-conflict behaviour of the parties to debt relations. The diversification of working methods depending on the deadlines for debt repayment and the emphasis on interaction with the debtors enables banks to significantly improve the quality of the functioning and effectiveness of the safety system of the insurance activities.

#### References:

1. Abbassi, P., Iyer, R., Peydró, J. L., & Tous, F. R. (2016). Securities trading by banks and credit supply: Micro-evidence from the crisis. *Journal of Financial Economics*, 121(3), 569-594. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304405X16300964>
2. Bauer, S., & Bernroider, E. W. (2017). From information security awareness to reasoned compliant action: analyzing information security policy compliance in a large banking organization. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 48(3), 44-68. URL: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3130519>
3. Carpinelli, L., Cascarino, G., Giacomelli, S., & Vacca, V. (2017). The management of non-performing loans: a survey among the main Italian banks. *Politica economica*, 33(2), 157-188. URL: <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1429/87182>
4. Dang, T. V., Gorton, G., Holmström, B., & Ordonez, G. (2017). Banks as secret keepers. *American Economic Review*, 107(4), 1005-29. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20140782>
5. Drobyazko S.I. (2016). CURRENT STATE AND TRENDS OF FINANCIAL SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE. *Journal "Investments: Practice and Experience"*, № 14, 2016. - P. 20 – 23.
6. Drobyazko S.I. (2017). PECULIARITIES OF AGRICULTURAL PRODUCTION INSURANCE SYSTEM FUNCTIONING. *Modern problems of law, economics and management*, 2 (5) / 2017, Tula. - P. 166-170.
7. Hoffmann, R., Kiedrowicz, M., & Stanik, J. (2016). Evaluation of information safety as an element of improving the organization's safety management. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 76, p. 04011). EDP Sciences. URL: [https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/abs/2016/39/mateconf\\_csc2016\\_04011/mateconf\\_csc2016\\_04011.html](https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/abs/2016/39/mateconf_csc2016_04011/mateconf_csc2016_04011.html)
8. Provan, D. J., Dekker, S. W., & Rae, A. J. (2017). Bureaucracy, influence and beliefs: A literature review of the factors shaping the role of a safety professional. *Safety science*, 98, 98-112. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0925753517301157>
9. Sexton, J. B., & Klinect, J. R. (2017). The link between safety attitudes and observed performance in flight operations. In *Human Error in Aviation* (pp. 513-518). Routledge. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781351563475/chapters/10.4324/97813515092898-25>
10. Wang, Y., Hahn, C., & Sutrave, K. (2016, February). Mobile payment security, threats, and challenges. In *Mobile and Secure Services (MobiSecServ)*, 2016 Second International Conference on (pp. 1-5). IEEE. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7440226>
11. Wiengarten, F., Fan, D., Lo, C. K., & Pagell, M. (2017). The differing impacts of operational and financial slack on occupational safety in varying market conditions. *Journal of operations management*, 52, 30-45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272696316300961>

Peer review : 07.11.2018

Printed : 07.12.2018

УДК 330.322:342.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-12-18

САКУН О. С.

Чернігівський національний технологічний університет

## ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МОДЕРНІЗАЦІЙНИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРУКТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Стаття присвячена дослідженню взаємозв'язку модернізаційних та інвестиційних структурних змін національної економіки. Доведено, що велику роль для структурної модернізації економіки відіграє інвестиційний ресурс. Визначено ключові фактори такого впливу.

Ключові слова: структурна модернізація економіки, інвестиційний ресурс, механізм реалізації структурної модернізації економіки, структурна трансформація національної економіки.

SAKUN O.

Chernihiv National University of Technology, Chernihiv, Ukraine

## BASES OF INTERCOMMUNICATION OF MODERNIZATION AND INVESTMENT STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF NATIONAL ECONOMY

The purpose of the article is an exposure and description of intercommunication of modernization and investment structural transformations of national economy in the context of forming of investment resource and determination of its role.

On providing of modernization of economy of country reverse intercommunications have a fundamental influence between forming of investment resource, enterprise sector, public institutes and actions of public authorities, in relation to initiator and realization of structural changes in the economy of country. On this basis the well-proven necessity of development of mechanism of structural modernization of economy of country, that allows to carry out effective mobilization of financial, scientifically technological and organizationally economic backlogs with the purpose of providing the dynamic ascending the vector of economic development in the conditions of decision of tasks modernization. The role of investment resource acquires because of narrow-mindedness of resources, important value as he shows by itself the aggregate of financial, material and technical, intellectual and informatively legal elements which a national economy has in the order and which are used for providing of investment development of country. Showing by itself the difficult dynamic system, an investment resource is contained by the complex of interactive elements, scientific selection and combination of which provide appearance.

Keywords: structural modernization of economy, investment resource, mechanism of realization of structural modernization of economy, structural transformation of national economy.

**Постановка проблеми.** Фінансово-економічна криза відіграла для України роль катализатора модернізації, спонукавши до усвідомлення – як на рівні громадської свідомості, так і вітчизняного політикуму – необхідності зміни моделі економічного розвитку на основі парадигми якісної модернізації країни на інноваційних засадах. У забезпеченні ефективної реалізації модернізаційних реформ вагомую роль відіграє інвестиційний ресурс. Формування інвестиційного ресурсу є фундаментальним параметром відтворювального процесу, що визначає можливості оновлення основного капіталу, здійснення структурних реформ, формування базису стійкого довгострокового розвитку економіки.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій.** Питанням модернізації та трансформацій національної економіки присвячені роботи таких вчених, як Е.Домар [1], Х. Ченері [2], Д. Форрестер, Д. Медоуз [3], Ф. Шарп, Л. Шміттер, В. Стрік [4], Й. Шумпетер [5], Н. Д. Кондратьєв [6], Д. Норт [7], Д. Олвей, Дж. Л. Голден, Р. Келлі [8], Е. Тоффлер [9], Дж. Нейсбіт [10].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Незважаючи на значний обсяг досліджень щодо структурної модернізації національної економіки, залишається невизначеною роль інвестиційних процесів, а саме значення формування інвестиційного ресурсу для структурної перебудови економіки на національному рівні.

**Постановка завдання.** Метою статті є виявлення та характеристика взаємозв'язку модернізаційних та інвестиційних структурних трансформацій національної економіки в контексті формування інвестиційного ресурсу та визначення його ролі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Україна знаходиться перед об'єктивною необхідністю активізації створення конкурентоздатних господарських систем, модернізації і реконструкції діючих господарських структур, забезпечення диверсифікації капіталу підприємств у напрямі інноваційно орієнтованих структурних перетворень.

Спираючись на це визначення, логічним вважати твердження про відповідну роль інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки. Під інвестиційним ресурсом структурної модернізації економіки розуміємо систему специфічних елементів, яка здатна забезпечувати самоорганізацію регульованої системи управління.

Під поняттям «структурна модернізація економіки» ми розуміємо структурне вдосконалення національної економіки з метою нарощування обсягів суспільного виробництва, підвищення національної

конкурентоспроможності. На відміну від наявних трактувань, у цьому визначенні акцентовано на ролі інвестицій як базису структурних трансформацій, що дає змогу досягати поставленої мету через практичну реалізацію інвестиційного ресурсу як вирішальної передумови економічного зростання країни.

Фундаментальний вплив на забезпечення модернізації економіки країни мають зворотні взаємозв'язки між формуванням інвестиційного ресурсу, підприємницьким сектором, публічними інститутами та діями органів державної влади щодо ініціації та реалізації структурних зрушень в економіці країни.

На цій основі доведена необхідність розробки механізму структурної модернізації економіки країни, що дозволяє здійснити ефективну мобілізацію її фінансових, науково-технологічних й організаційно-економічних резервів з метою забезпечення динамічного висхідного вектору економічного розвитку в умовах вирішення завдань модернізації.

Виходячи з цього запропоновано поняття «механізм реалізації структурної модернізації економіки», під яким слід розуміти систему заходів нормативного і регулятивного характеру, що здійснюються суб'єктами структурної політики держави шляхом використання відповідних інструментів з метою забезпечення взаємозв'язку між її елементами та їхнього впливу на інвестиційний розвиток країни (рис. 1).

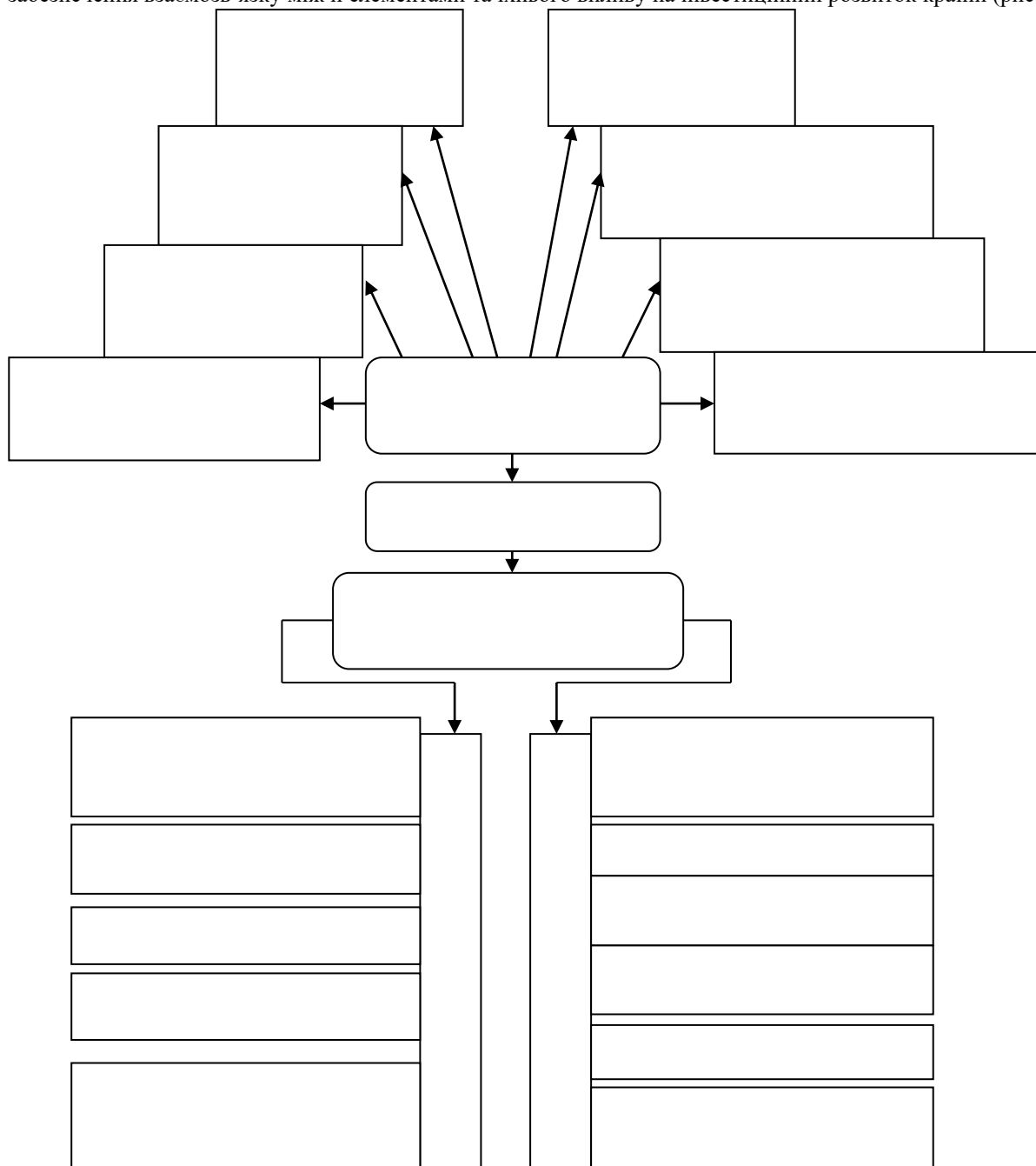
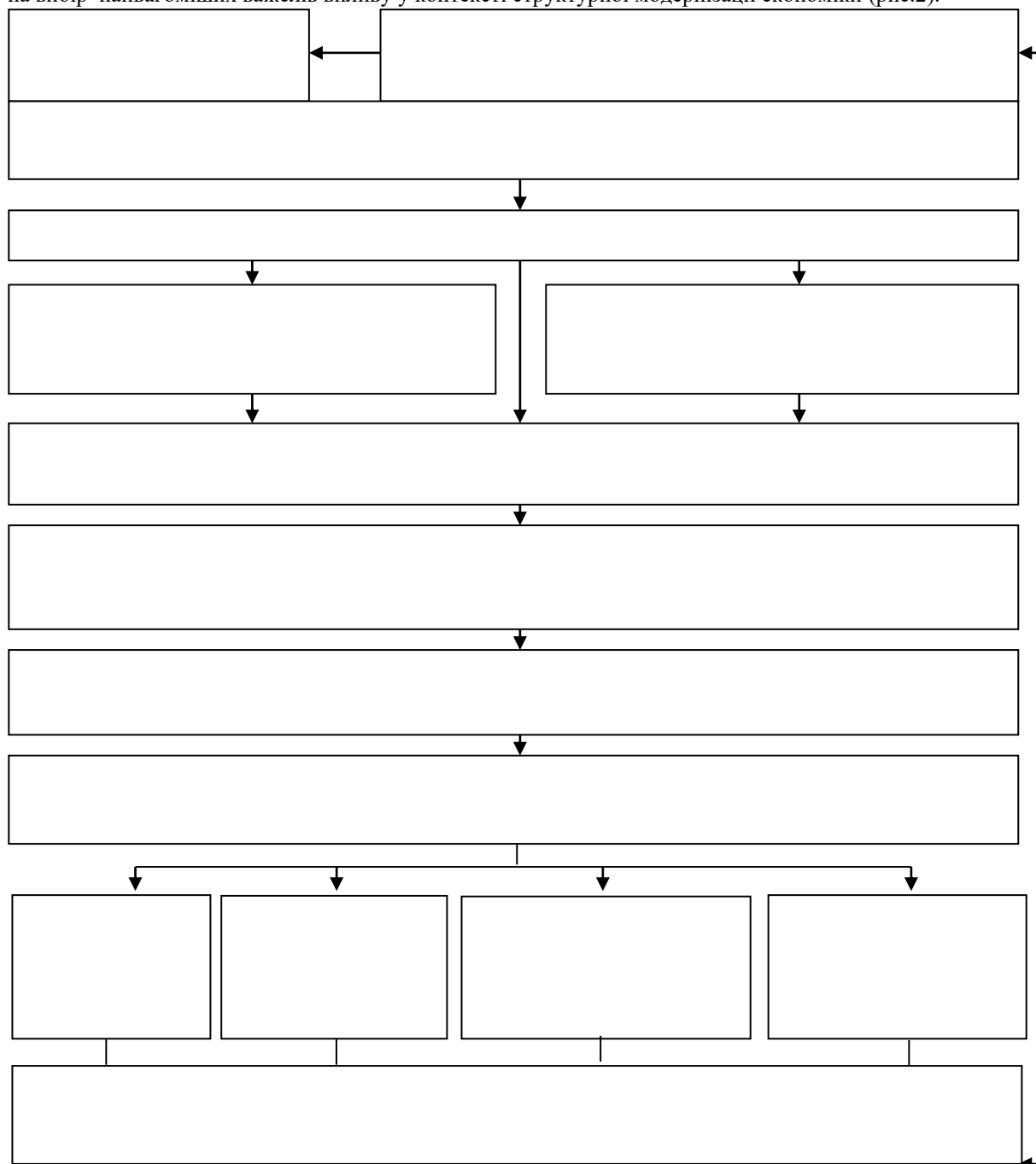


Рис. 1. Механізм реалізації структурної модернізації економіки \*

\* Джерело: розроблено автором

Таким чином, удосконалено аргументацію щодо зміни підходів до визначення архітектури системи державного впливу на формування та реалізацію інвестиційного ресурсу країни, що на відміну від наявних передбачає виокремлення системоутворюючого регулятора та репрезентує послідовність дій спрямованих на вибір найвагоміших важелів впливу у контексті структурної модернізації економіки (рис.2).



**Рис. 2. Схема реалізації напрямів модернізації національної економіки\***

\*Джерело: розроблено автором

Відповідно до поданої схеми порядок проведення модернізації національної економіки характеризується такими етапами:

1. На основі вивчення причин і наслідків державної політики та напрямів науково-технічного прогресу, а також оцінки її ефективності та сучасного стану окремих характеристик національної економіки, проводиться аналіз умов формування прибуткової частини і нарощування стратегічного потенціалу.

2. Визначаються напрями розвитку галузей реального сектора та масштабів реструктуризації виробництва. Враховуються досягнення науково-технічного прогресу, використання світових аналогів, доцільність, ступінь можливої реалізації нових організаційних, технічних і технологічних рішень. Відповідно до цих вимог визначається необхідний рівень інвестиційного забезпечення оновлення, модернізації та автоматизації реального сектора економіки.

3. Після визначення масштабів оновлення і добору варіантів техніко-технологічних рішень проводиться їх ранжування за значенням і обираються пріоритетні об'єкти розвитку окремих наукоємних галузей та виробництв.

4. Експрес-діагностика базових та прогресивних технологій, побудова типових модельних рішень для розрахунку циклів модернізації та витрат. Розробка конкретних рекомендацій щодо реалізації політики забезпечення резистентності національної економіки до деструктивних впливів, подальший розвиток прогресивних технологій та удосконалення системи забезпечення ендogenous зростання.

5. Реалізація заходів та впровадження прогресивних технологій (терміни впровадження, ранжування за пріоритетами та інші умови), оновлення продукції та ОВЗ. Вибір нових напрямів економічної діяльності галузей і виробництв.

Дослідження процесів активізації ендogenous зростання вимагає визначення пріоритетів у вирішенні проблем модернізації національної економіки, розвитку світових технологій та їх технічного забезпечення. При цьому ключовим завданням загальноекономічного прискорення будь-якої країни світу є необхідність забезпечення високої ефективності національної економіки.

При цьому складний характер взаємозв'язків між елементами національного господарства вимагає використання такої системи показників, яка сформує адекватну інформаційну базу для обґрунтування напрямів та режимів економії. Тому основу макросистемної трансформації повинні складати адаптивні моделі етапів реструктуризації, що враховують структуру та обсяги енергоспоживання, сировинну базу та фінансове забезпечення, створення і впровадження безвідходних наукоємних технологій та запровадження організаційних заходів з метою оптимізації витрат виробництва.

Активність процесів модернізації економіки ґрунтується на таких факторах:

- диференціація наявних фінансових ресурсів;
- мінімізація матеріальних та сировинних витрат з використанням прогресивних технологій;
- скорочення руху ресурсів та втрат при транспортуванні.

Це одна з основних умов, на наш погляд, ефективного впровадження прогресивних технологій та структурної модернізації національної економіки.

Зважаючи на обмеженість ресурсів, важливого значення набуває роль інвестиційного ресурсу, оскільки він являє собою сукупність фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни. Являючи собою складну динамічну систему, інвестиційний ресурс містить комплекс взаємодіючих елементів, науковий відбір і комбінація яких забезпечують появу нових і вдосконалення наявних елементів. Авторське розуміння структури інвестиційного ресурсу в контексті структурної модернізації національної економіки зображено на рисунку 3.

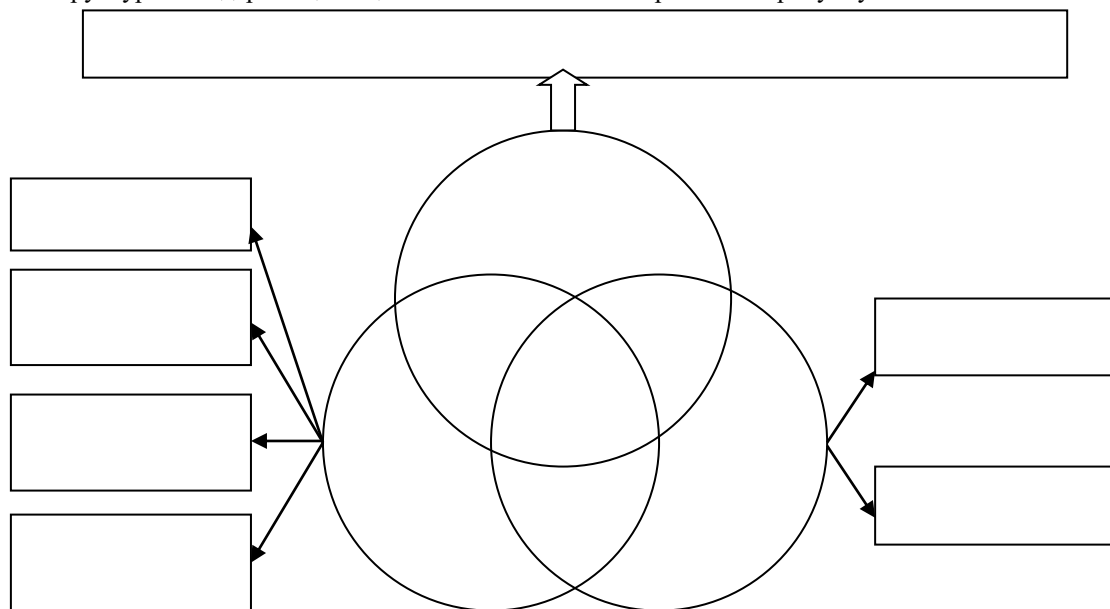


Рис. 3. Структура інвестиційного ресурсу\*

\*Джерело: розроблено автором

Для більш глибокого розуміння ролі інвестиційного ресурсу в трансформаційних процесах національної економіки, нами був проведений аналіз найбільш відомих теорій структурних трансформацій (табл. 1).

Таким чином, виходячи зі змісту таблиці 1, можна дійти висновку, що роль інвестиційного ресурсу полягає у впливі його на процеси трансформації шляхом стимулювання розвитку національної економіки, створення додаткового доходу, удосконалення структури основного капіталу, створенні сприятливих

економічних умов для виникнення нових структур та системних утворень тощо. При цьому важливу роль в стимулюванні та реалізації структурних змін відіграють певні групи факторів, які утворюють систему впливу на національну економіку та особливості її трансформації. Серед найбільш суттєвих таких факторів слід виділити наступні групи. Фактори економічного зростання – ця група являє собою сукупність природних і трудових ресурсів, основний та людський капітал, технологічні інновації, управлінські технології та інституціональне середовище, то б то всі чинники, що є стимуляторами зростання реального сектору економіки країни, а отже джерелом приросту ВВП.

Таблиця 1

**Теорії структурних трансформацій національної економіки в контексті впливу інвестиційного ресурсу\***

Назва та автор теорії	Сутність теорії	Застосування для дослідження інвестиційного ресурсу модернізації економіки структурної
1	2	3
Теорія динамічного розвитку Е. Домара [1]	Базується на концепції впливу репатріації інвестиційних доходів на економіку країни-донора.	Ця теорія розглядає необхідність імпорту капіталу та лібералізації умов його залучення в країнах з недостатнім розвитком економіки, нестачею фінансових ресурсів, нестачею реальних заощаджень, нестачею капіталу внаслідок структурних деформацій в економіці, пов'язаних із домінуванням нелегального сектору.
Теорія «трифазного розвитку» слаборозвиненої економіки Х. Ченері, А. Страут [2]	Універсальні чинники, на основі яких відбувається структурна трансформація: спільні технологічні знання, спільність людських бажань, вільний доступ на зовнішні ринки, нагромадження капіталу, зростання рівня освіти. Період розвитку країни поділяється на три фази: перша - максимальне поглинання економікою інвестиційних ресурсів; друга фаза - нестачі інвестицій; у третій фазі зростання досягається при подоланні невідповідності структурної побудови економіки завданням експортної експансії та імпортозаміщення.	Доводиться необхідність структурної перебудови економіки за рахунок перерозподілу інвестиційних потоків, що дає можливість подолати "торговельний ліміт" - знизити граничну схильність до імпортування і забезпечити вищі темпи зростання експорту порівняно з темпами зростання ВВП.
Теорія системної динаміки світового розвитку Д. Форрестера, Д. Медоуза [3]	Визначає основні макроекономічні та мегаекономічні пропорції, на яких базується структура світової економіки: населення; капіталовкладення; розподіл природних ресурсів; рівень забруднення навколишнього середовища. Однак у цій моделі не враховано роль держави та ринкових інституцій, системи наддержавного регулювання як відображення глобалізації світових господарських зв'язків.	Ця теорія може бути спроектована на площину структурних змін в економіці, які спричинюють потужні трансформаційні перетворення, що приводять до коригування моделей розвитку.
Наднаціональна теорія структурних трансформацій базується на теорії "мультирівневого управління Ф. Шарпа, Л. Шміттера, В. Стріка [4]	Теорія акцентує увагу на посиленні ролі наднаціональних утворень в управлінні розвитком національних економік, на оптимальному взаємозв'язку інструментарію управління довгостроковим розвитком на наднаціональному, національному і субнаціональному рівнях.	Інвестиційний ресурс розглядається як один із видів інструментарію стимулювання довгострокового розвитку національної економіки.
Теорія структурних змін («еволюційна теорія економічних змін») Й. Шумпетера [5]	Використовується як методологічне підґрунтя для теорії економіки трансформаційного періоду. Загальними рисами такої економіки є: нестабільність умов господарювання; деформованість економічної структури; дефіцит ресурсів структурної перебудови; відсутність механізму саморегуляції економіки; незавершеність процесу приватизації та роздержавлення власності; невизначеність рушійних сил розвитку; часткова втрата керованості макроекономічними процесами.	Інвестиційний ресурс виступає одним із джерел стимулювання структурних змін за умови обмеженості і дефіциту інших видів ресурсів та нестабільності умов господарювання.
Теорія структурних реформ Шумпетера – Кондратьєва [6]	Гносеологія макроструктурних складових економічного розвитку дає змогу виокремити такі чинники, які детермінують схильність економіки до структурних трансформацій: високий рівень заощаджень та нагромадження основного капіталу, наявність активного інноваційного компонента розвитку, модернізована структура виробництва, висока інституційна активність державного сектору в контексті генерації та реалізації економічних реформ.	Високий рівень нагромадження та заощаджень стають передумовами виникнення інвестиційних процесів, як необхідності отримання додаткового прибутку від тимчасово вільного капіталу, що в умовах активної інноваційної складової стає першоджерелом формування інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки.
Інституційна теорія структурних трансформацій Д. Норта [7]	Пов'язує структурні зміни в економічному розвитку з поступовою перебудовою інституційної основи національної економіки, з можливістю використовувати кращий світовий досвід інституційної трансформації, із запровадженням інноваційних змін у системі державного управління.	Теорія може бути застосована для дослідження інституційної підсистеми як складової інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки.
Теорія забезпечення національної безпеки Д. Олвея, Дж. Л. Голдена, Р. Келлі [8]	Під дією зовнішніх та внутрішніх викликів порушується цілісність генетичних структур суспільства, з якими пов'язані стратегічні доміанти розвитку економіки. Це стимулює процеси адаптації до нових викликів, або руйнування наявних структур з метою виходу на нові тренди суспільного прогресу. Кінцевою метою таких трансформацій є розв'язання проблем національної безпеки.	Інвестиційний ресурс структурної модернізації економіки з погляду даної теорії можливо розглядати як інструмент адаптації та джерело появи нових структур та над системних утворень з метою посилення економічної безпеки країни шляхом її структурної економічної трансформації.
Концепція постіндустріального суспільства Е. Тоффлера [9]	Теорія містить обґрунтування того, що в найближчі десятиріччя пріоритетного розвитку набудуть знання як невичерпна форма капіталу. Розвиток економіки знань стане новим вектором структурних трансформацій національної економіки.	Існування економіки знань не можливе без інвестиційного забезпечення, в тому числі інвестування інтелектуального капіталу.



1	2	3
Концепція інформаційного суспільства Дж. Нейсбіта [10]	Змодельовано такі мегатренди структурної трансформації: 1) зміцнення міжнародних економічних зв'язків, посилення позицій вільної торгівлі, зростання ролі телекомунікацій у прийнятті економічних рішень, поява нових джерел сировини та ресурсів, послаблення податкового тиску і розширення підприємництва, підвищення ціни інтелектуальної власності; 2) розвиток соціально-ринкової економіки; 3) продовження процесу приватизації державного сектору економіки за зразками неоконсервативної революції; 4) зміна геополітичної ситуації у світі, посилення ролі Азійсько-Тихоокеанського регіону; 5) зростання значення біотехнологій, розвиток наноекономіки.	Викладені в теорії тенденції зумовлюють широке застосування інвестиційного ресурсу, дають змогу розглядати його як систему, що включає інституційну, господарську, фінансову та інноваційну складову, що зумовлює структурні трансформації на макроекономічному рівні.

Фактори зміни економічної структури містять у своєму складі ринкові процеси зміни попиту і пропозиції, чинники зміни інвестиційного попиту підприємців, держави та іноземних інвесторів, технологічний прогрес та соціально-політичні зрушення. Фактори конкурентоспроможності економіки включають рівень відкритості національної економіки, досконалість державного управління, ступінь розвиненості фінансової системи, розвиток інфраструктури, рівень технологічного розвитку, рівень менеджменту та розвитку інституціонального середовища. Поєднання всіх цих факторів з особливими факторами впливу інвестицій на структурні трансформації економіки утворюють єдину систему взаємозв'язку модернізаційних та інвестиційних структурних трансформацій в національній економіці (рис. 4).

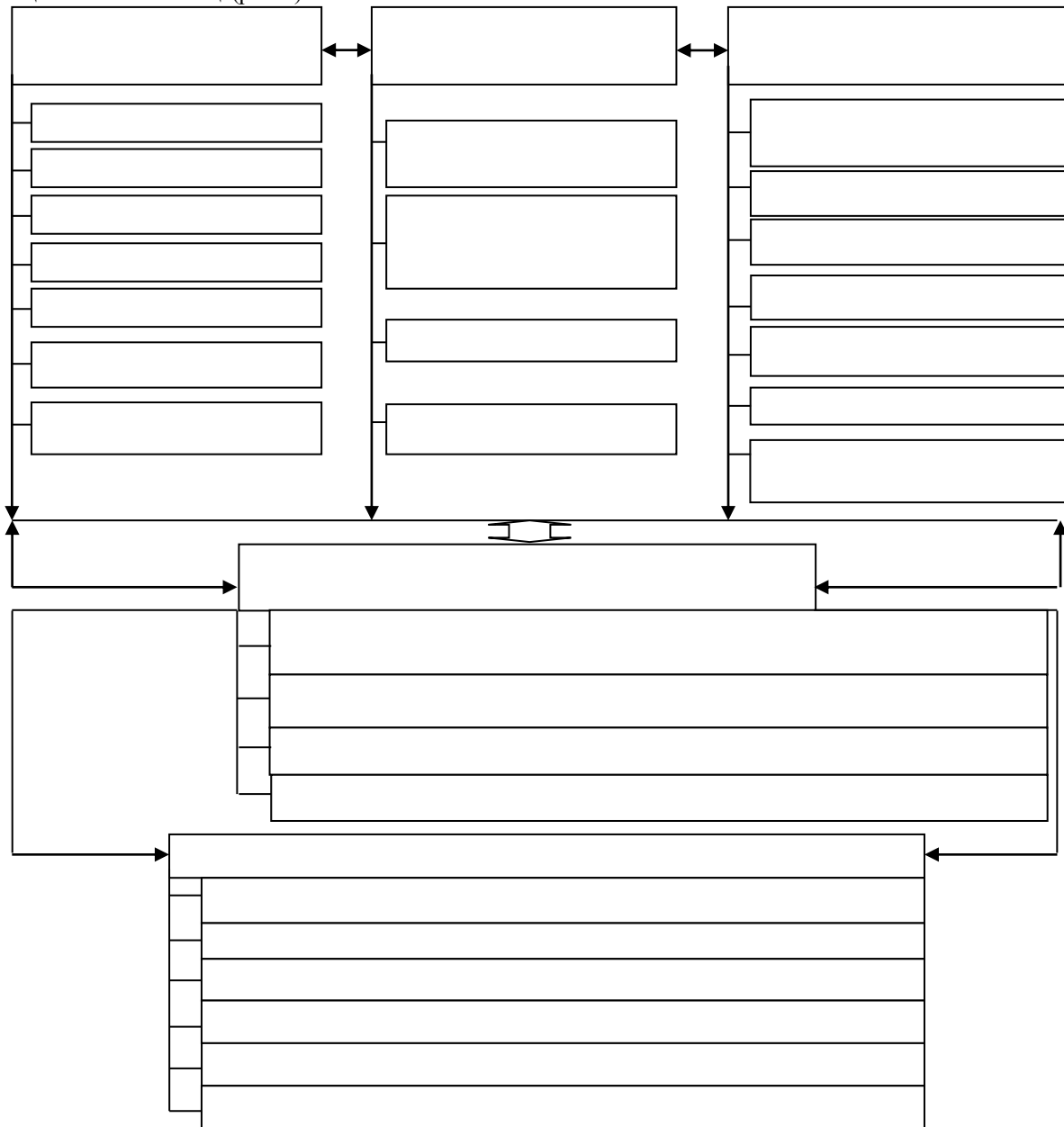


Рис. 4. Взаємозв'язок модернізаційних та інвестиційних структурних трансформацій в економіці\*

**Висновки.** Отже, модернізаційні та інвестиційні структурні трансформації в національній економіці пов'язані в єдину систему через мережу взаємоузгоджених факторів та елементів, ключовим жерелом яких є інвестиційний ресурс, що являє собою сукупність фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни.

### Література

1. Domar E. Essays in the Theory of Economic Growth. — N.-Y., 1957. — P.18.
2. Chenery H. B. The structuralist approach to development policy// American association Papers and Proceedings. — 1975. — № 65. — P. 310–316.
3. Форрестер Д. Мировая динамика: Пер. с англ. — М.: ООО «Издательство АСТ»; СПб.: Fantastica, 2003. — 379 с.
4. Marks G., Scharpf F., Schmitter P.C. and Streeck W.(1995) Governance in the European Union. — London, 1995: Sage
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития, исследования предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
6. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Д. Кондратьев; Международный фонд Н.Д. Кондратьева и др. Ред. колл.: Абалкин Л.И. (пред.) и др.; сост. Яковец Ю.В. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. — С.767
7. Норт Д. Институції, інституційна зміна та функціонування економіки. — К.: Основи, 2000. — С. 79-90.
8. Olvey L., Dolden J., Kelly R. The economics of national security. — Wayne (N.J.), 1984. — 404 p.
- 9.Елвін Тоффлер. Третя хвиля / Перекладач: Андрій Євса, за редакцією Віктора Шовкуна. — 2000. — Київ : Видавничий дім «Всесвіт». — 480 с.
10. Нейсбит Д. Мегатренди / Д. Нейсбит; Пер.с англ. М. Б. Левина. — М : ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2003. — 380 с.

### References

1. Domar E. Essays in the Theory of Economic Growth. — N.-Y., 1957. — P.18.
2. Chenery H. B. The structuralist approach to development policy// American association Papers and Proceedings. — 1975. — № 65. — P. 310–316.
3. Forrester D. Mirovaja dinamika: Per. s angl. — М.: ООО «Izdate'l'stvo AST»; SPb.: Fantastica, 2003. — 379 с.
4. Marks G., Scharpf F., Schmitter P.C. and Streeck W.(1995) Governance in the European Union. — London, 1995: Sage
5. Shumpeter J. Teorija jekonomicheskogo razvitija, issledovanija predprinimatel'skoj pribyli, kapitala i cikla kon#junktury / J. Shumpeter. — М.: Progress, 1982. — 455 s.
6. Kondrat'ev N. D. Bol'shie cikly kon#junktury i teorija predvidenija. Izbrannye trudy / N. D. Kondrat'ev; Mezhdunarodnyj fond N.D. Kondrat'eva i dr. Red. koll.: Abalkin L.I. (pred.) i dr.; sost. Jakovec Ju.V. — М.: ЗАО «Izdate'l'stvo «Jekonomika», 2002. — S.767
7. Nort D. Institutcii, institucijna zmina ta funkcionuvannja ekonomiki. — К.: Osnovi, 2000. — S. 79-90.
8. Olvey L., Dolden J., Kelly R. The economics of national security. — Wayne (N.J.), 1984. — 404 p.
9. Elvin Toffler. Tretja hvilja / Perekladach: Andrij Єvsa, za redakciju Viktora Shovkuna. — 2000. — Kiiv : Vidavnichij dim «Vsesvit». — 480 s.
10. Nejsbit D. Megatrendy / D. Nejsbit; Per.s angl. M. B. Levina. — М : ООО «Izdate'l'stvo ACT»; ZAO NPP «Ermak», 2003. — 380 s.

Рецензія/Peer review : 17.11.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 658.8:658.78:658.821:658.589(043.5)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-19-26

ШАРКО В. В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## МАРКЕТИНГОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ В СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті обґрунтовано необхідність розроблення та впровадження стратегії інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Досліджено основні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємств (екзо- та ендогенні фактори) та особливості формування маркетингового механізму управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств, взаємозв'язок стратегічного та інноваційного управління. Запропоновано нові виклики і зовнішні чинники, які диктують необхідність якісної зміни сфери маркетингу - його функціонального навантаження та інформаційного відображення.*

*Ключові слова: маркетинговий механізм, ендогенні фактори, екзогенні фактори, машинобудівне підприємство, інноваційний розвиток*

SHARKO V.

Vinnytsia Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics

## MARKETING MECHANISM OF GOVERNANCE IN THE STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE

*Feature of functioning of machine-building enterprises in modern conditions is their constant dependence on a set of factors and is characterized by considerable rigidity of competition. In this regard, problems related to the establishment of a comprehensive system of innovation management, which would be aimed at continuous production of innovations, are of particular importance. In the face of fierce competition, an enterprise cannot take a single product range for too long. Therefore, continuous innovation in the field of development and production becomes a prerequisite for the latter to survive in the market, and the introduction of new samples of products on the market is a continuous process of scientific results.*

*The article substantiates the need to develop and implement a strategy for innovative development of machine-building enterprises. The main factors of influence on the innovative development of enterprises (exo- and endogenous factors) and peculiarities of formation of the marketing mechanism for managing the innovation activity of machine-building enterprises, the relationship of strategic and innovative management are investigated. New challenges and external factors are proposed that dictate the need for a qualitative change in the marketing sphere - its functional load and information display.*

*Keywords: marketing mechanism, endogenous factors, exogenous factors, machine-building enterprise, innovative development.*

**Постановка проблеми.** Ринковий успіх будь-якого промислового підприємства визначається його здатністю найбільш повно задовольняти потреби споживачів з найменшими витратами, тобто розвиненістю маркетингової орієнтації компанії і ефективністю її реалізації. Остання вимагає досягнення балансу інтересів суб'єктів взаємодії (споживачів, посередників, різних інститутів ринку, держави) на раціональне використання наявних у них ресурсів за допомогою вибудовування між ними ефективних маркетингових комунікацій на всіх стадіях виробництва, розподілу, обміну та споживання продукції. При цьому всі учасники ринкових обмінів, володіючи своїми власними потребами, прагнуть задовольнити їх, раціонально використовуючи ресурси і ефективно реалізуючи можливості в широкому спектрі їх розуміння.

Через те, ефективність функціонування машинобудівних підприємств залежить від раціонального використання ресурсів, зниження виробничих витрат, що забезпечує зростання прибутку та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, а також його інноваційний розвиток.

Формування конкурентної стратегії інноваційного розвитку підприємства машинобудування, яке орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, дозволяє більш гнучко реагувати і здійснювати своєчасні зміни, домагатися конкурентних переваг в довгостроковій перспективі [10, с. 69]. Досягнення цілей суб'єктів взаємодії вимагає розробки маркетингового інструментарію, що дозволяє співвідносити потреби, можливості і ресурси багатьох учасників ринкових обмінів в межах формованого комунікаційного простору. Співвіднесення позначених факторів визначає ефективність взаємодії всіх залучених в нього суб'єктів. У «глобальній моделі» корпоративного управління означений вище інструментарій відсутній. Німецька і японська моделі корпоративного управління мають специфікою, яка визначається національними історичними особливостями розвитку цих країн, що не дозволяє їх ефективно використовувати в іншому соціокультурному просторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку підприємства та їх місце в системі маркетингу розкривають у своїх працях такі іноземні та вітчизняні науковці, як: О.І. Амоша [11], З.М. Андрушкевич, І.В. Балабанова, Л.В. Балабанова, Н.К. Малхорта [18], А.Ф. Павленко, А.В. Войчак [19], В.В. Холод [12]. Оцінці сучасного стану машинобудування України присвячено чимало праць учених-економістів: В.М. Гейця [13], Б.М. Данилишина, Н.В. Тарасової [14], Л.С. Захаркіної [15], Н.П. Карачина [16], М.К. Колісника [17], В.А. Романенка [20], В.І. Савченка [21], С.М. Савченка [22], В.П. Яковенка [23] та інших. У своїх працях вони дають аналітичну оцінку стану і

тенденцій розвитку машинобудування в Україні, проблемам та перспективам забезпечення конкурентоспроможності виробників продукції машинобудування. Цим засвідчується актуальність подальшого поглибленого розроблення механізму використання маркетингових досліджень із урахуванням національних специфічних умов.

**Метою дослідження** є розробка маркетингового механізму управління в стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Динамічність розвитку ринкового середовища і загострення конкурентної боротьби визначили нагальну потребу в розробці нових моделей корпоративного управління, що враховують особливості національної економіки, а також взаємозв'язок зазначених вище факторів. При розробці нових моделей корпоративного управління необхідно враховувати різні аспекти вже наявних уявлень про нього.

В економічній науці існує широкий спектр уявлень про змістовну і інструментарну складових корпоративного управління. Різні погляди на корпоративне управління по-різному впливають на орієнтацію компанії на побудову цивілізованих ринкових відносин. Останні вимагають збалансованих (за спрямованістю, ресурсів) внутрішніх і зовнішніх комунікацій корпорації.

Сукупність зазначених комунікацій справляє визначальний вплив на характер корпоративного управління, відповідно до якого здійснюється вибір інструментів, методів і технологій управління корпоративним бізнесом. Це обумовлює необхідність розгляду поняття «корпоративне управління» в безпосередній взаємозв'язку і в контексті розвиваються маркетингових парадигм і теорії комунікацій як основних інструментів вдосконалення управлінських технологій і набуття корпоративними структурами конкурентних переваг, що забезпечують їх безпечне функціонування і сталий розвиток.

Сучасна теорія корпоративного управління почала формуватися в 80-і рр. минулого століття. Авторами, що займаються проблемами корпоративного управління, сформовано значну кількість різних уявлень про нього. Так, організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) пропонує таке визначення поняття корпоративного управління: «Корпоративне управління відноситься до внутрішніх засобів забезпечення діяльності корпорацій і контролю над ними... . Корпоративне управління також визначає механізми, за допомогою яких формулюються цілі компанії, визначаються засоби їх досягнення і контролю над її діяльністю» [3, с. 73].

К. Мейер вважає, що «корпоративне управління - це організаційна модель, за допомогою якої компанія представляє і захищає інтереси своїх інвесторів. Дана система може включати в себе багато чого: від ради директорів до схем оплати праці виконавчої ланки і механізмів оголошення банкрутства» [4]. Ряд учених визначають корпоративне управління як «дії учасника корпоративних відносин, спрямовані на досягнення потрібного цьому учаснику розподілу ресурсів компанії» [5, с. 51].

Згідно з представленими вище визначень, корпоративне управління охоплює взаємодію трьох основних груп учасників: акціонерів, ради директорів і топ-менеджерів. Таке уявлення про корпоративне управління не відображає реально існуючі в ринковому просторі взаємозв'язку між його агентами. Не враховуються: а) взаємовідносини корпорації з її власними бізнесових структур; б) особливості взаємодії корпорації з різними суб'єктами ринку (споживачами, посередниками, конкурентами); в) регулюючі дії на корпорацію з боку держави і суб'єктів інституційного середовища.

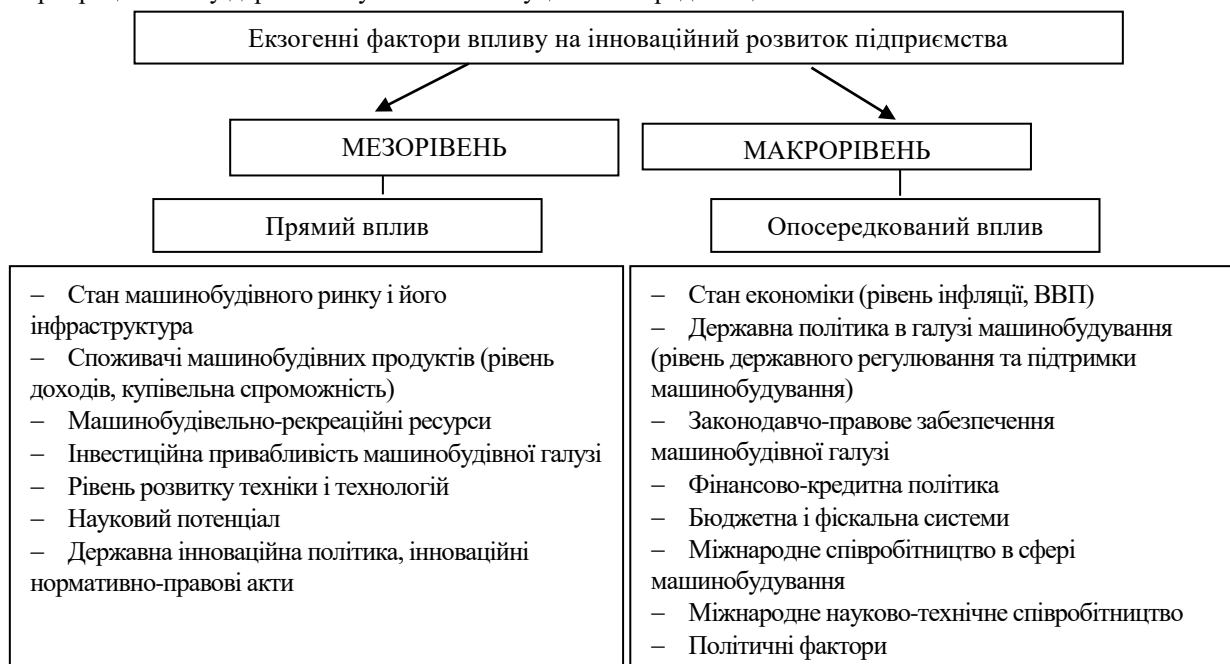


Рис. 1 Екзогенні фактори впливу на інноваційний розвиток машинобудівного підприємства

Ефективність позначених взаємозв'язків визначається впливом факторів – рис. 1, 2. Зазначені фактори не знаходять відображення в наявних уявленнях про корпоративне управління. Крім цього в більшості сучасних уявлень корпоративне управління розглядається з точки зору будь-якого одного концепту (організаційного, фінансового, економічного, правового). Найчастіше сутність поняття «корпоративне управління» зводиться до його організаційного компоненту. Наявні уявлення про корпоративне управління розглядають його у вузькому сенсі слова, що обмежує можливість формувати ефективний організаційно-економічний механізм управління сталим, безпечним функціонуванням і розвитком корпоративного бізнесу. Причиною цього є те, що в існуючих уявленнях про корпоративне управління не знаходять відображення його маркетингова, комунікаційна та мотиваційна складові.

Нами пропонуються наступні поняття, що дозволяють розкрити економічну природу процесу корпоративного управління в умовах динамічно розвивається ринкового середовища:

1. Маркетингова складова корпоративного управління - це сукупність елементів, їх взаємозв'язків і властивостей, що визначають:

- а) стан збалансованості між собою потреб, можливостей і ресурсів корпорації;
- б) поведінкові реакції як персоналу корпорації, що формує комплекс маркетингу, так і суб'єктів, що вступають у взаємодію з нею (споживачів, ринкових агентів, партнерів, суб'єктів інституційного середовища);
- в) склад і характер змінюються управлінських впливів на його елементи (за спрямованістю, формою, змістом, методами, засобами і прийомам);
- г) набір адаптаційних заходів (ресурсного, мотиваційного, поведінкового, психологічного, організаційного, інформаційного характеру) в інтересах забезпечення безпечного функціонування та сталого розвитку корпорації.

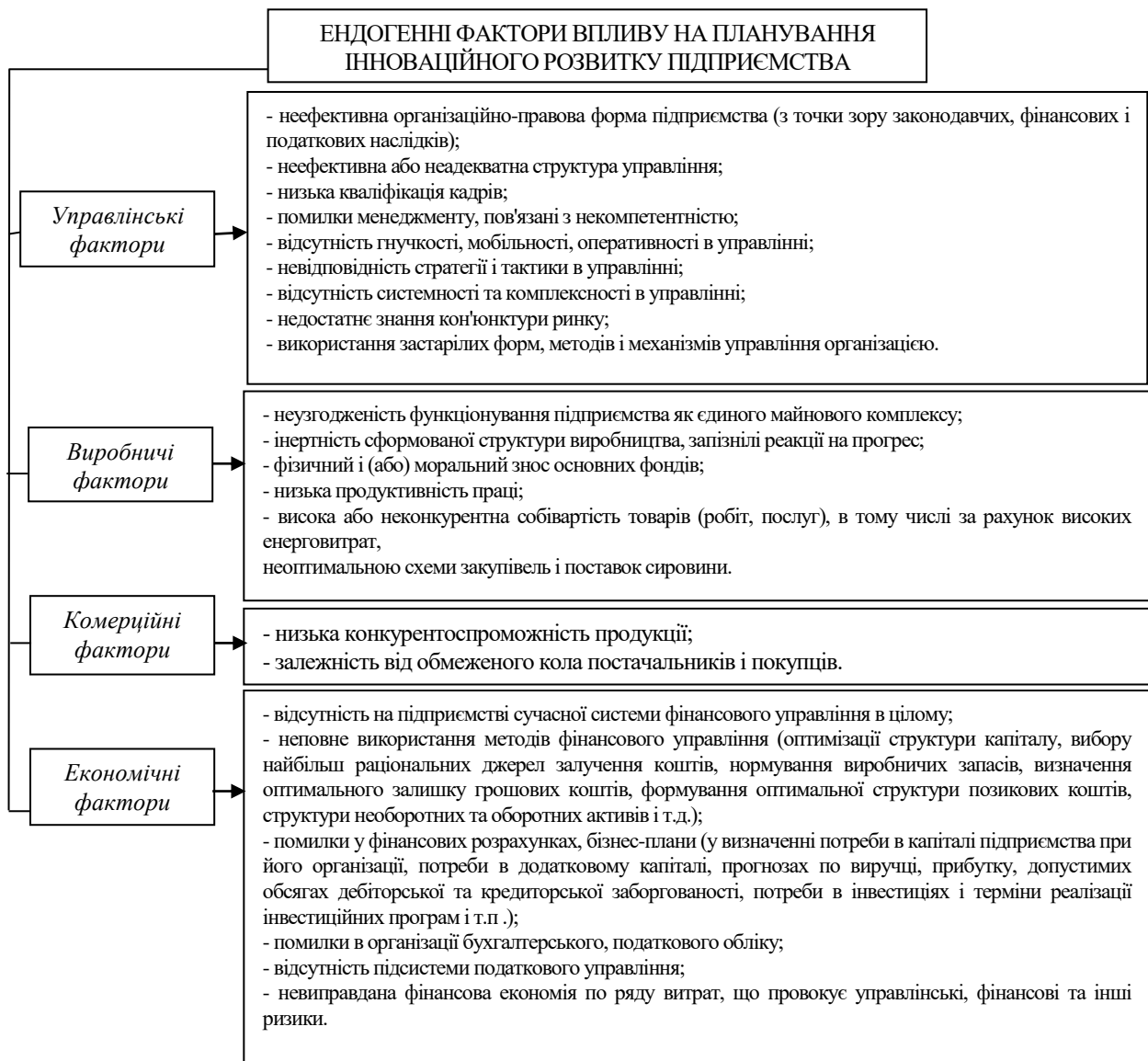


Рис. 2. Ендогенні фактори впливу на інноваційний розвиток машинобудівного підприємства

Маркетингова складова корпоративного управління відображає стан власне комплексу маркетингу в його реальному втіленні з урахуванням умов, обставин, а також середовищі функціонування і розвитку даного суб'єкта господарювання. Маркетинговий компонент дозволяє адаптувати цілі і завдання, що стоять перед корпорацією, до своїх власних потреб і потреб споживачів, а також збалансувати можливості корпоративного бізнесу зі станом і характером втягуються ресурсів.

2. Комунікаційна складова корпоративного управління - це сукупність елементів, їх взаємозв'язків і властивостей, що визначають: а) характер взаємодій суб'єктів корпорації (індивідів, структурних підрозділів, бізнес-одиниць, органів управління), як між собою, так і з різними учасниками ринкових відносин; б) зміст процесу здійснення комунікацій з набору використовуваних інструментів (технологій, процедур, засобів, методів, прийомів); в) спрямованість і форму переговорного процесу, орієнтованого на досягнення балансу інтересів його учасників в контексті задоволення їх різноманітних потреб.

Реалізація маркетингових комунікацій здійснюється безпосередньо в комунікаційному полі, під яким розуміється сфера взаємодії багатьох учасників ринкових обмінів, пов'язаних з просуванням товару до конкретного споживача і формуванням в його свідомості позитивних образів як товару і виробника, так і різних суб'єктів ринку, які забезпечують процес просування товару в інтересах задоволення потреб конкретного споживача, виробника і цих суб'єктів [6, с. 121]. Нами комунікаційне поле розглядається як найважливіша складова частина системи корпоративного управління.

3. Мотиваційна складова корпоративного управління - це сукупність елементів, їх взаємозв'язків і властивостей, що визначають: а) суб'єктивізованішим сприйняття елементами корпорації (індивідами, структурними підрозділами, бізнес-одиницями, органами управління) її об'єктивізовані стану і маркетингового оточення; б) характер спрямованості, активності і поведінки суб'єктів корпорації в контексті її цільових установок; в) вектор інтегрованої мотивації суб'єктів корпорації; г) форму втілення (реалізації) організаційної культури корпорації в контексті менеджменту і самоменеджменту її суб'єктів (індивідів, структурних підрозділів, бізнес-одиниць, органів управління); д) стан середовища довіри зовнішнього оточення до корпорації.

Суб'єктивізованішим сприйняття об'єктивізовані стану корпорації визначається рівнем довіри до неї і її діловою репутацією.

Оцінка об'єктивізовані стану корпорації здійснюється за допомогою розрахунку інтегрального показника ресурсного потенціалу корпорації (матеріального, виробничого, трудового, організаційного, фінансово-економічного, інноваційного, маркетингового, комунікаційного).

Мотиваційний компонент корпоративного управління проявляє себе в різних іпостасях залежно від спрямованості мотивацій суб'єкта, його психологічного стану, обставин і умов, в яких він знаходиться, форм поведінкових реакцій партнерів, а також особливостей сприйняття управлінських впливів, що надаються на корпорацію і її елементи. Зміна позначених параметрів призводить до трансформації поведінкових реакцій суб'єкта (перш за все зовнішньої форми їх проявів).

Виявити економічну природу процесу корпоративного управління можна, використовуючи різні концепції маркетингу (вдосконалення виробництва, вдосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, соціально-етичного маркетингу, холістичного маркетингу та ін.). Динамічність розвитку ринкового середовища та її безперервне ускладнення зумовлюють необхідність формування адекватних сучасним умовам уявлень про корпоративне управління, наприклад, на основі концепції холістичного (цілісного) маркетингу. Вона заснована на плануванні, розробці та впровадженні маркетингових програм, процесів і заходів з урахуванням широкого спектра різних чинників і їх взаємозалежностей. Концепція холістичного маркетингу передбачає інтегрований підхід до взаємодії корпорації і її елементів з суб'єктами зовнішнього середовища, що враховує ті обставини ринку і вплив тих факторів, які були присутні, але були поза серйозного розгляду топ-менеджерів компанії.

Так, холістичний маркетинг включає в себе чотири компоненти: маркетинг взаємовідносин, інтегрований маркетинг, внутрішній маркетинг і соціально відповідальний маркетинг. Найважливішим ланкою інтегрованого маркетингу виступають комунікації, що забезпечують взаємозв'язок між основними складовими холістичного маркетингу [7, с. 62- 63].

З огляду на вищесказане, можна запропонувати таке визначення поняття корпоративного управління: воно являє собою систему управління взаємовідносинами внутрішніх елементів корпорації з зовнішніми агентами ринку, що передбачає: а) адаптивне по вертикалі і горизонталі взаємодія корпорації з її бізнес-структурами, а також суб'єктами та інститутами ринку за допомогою маркетингових комунікацій по всьому спектру завдань, що забезпечують прийняття управлінських рішень; б) формування єдиної мотивації учасників корпоративної діяльності на раціональне використання наявних ресурсів; в) реалізацію цільових установок корпорації, а також досягнення балансу інтересів і задоволення потреб багатьох учасників ринкових обмінів в рамках єдиного комунікаційного поля; г) формування організаційної культури корпорації, що відповідає її місії і філософії; д) створення ефективного середовища довіри корпорації.

Запропоноване визначення, на наш погляд, дозволяє найбільш повно відобразити основні аспекти системи взаємовідносин корпорації як з її бізнес-структурами, так і з різними ринковими агентами. У наявних в науковій літературі уявленнях про корпоративне управління комунікаційно-мотиваційний поле як

фактор забезпечення сталого, екологічно безпечного функціонування і розвитку корпорації не розглядається. Згідно позначених уявлень про корпоративне управління, основні зусилля корпорації повинні бути спрямовані на забезпечення якості пропонованих товарів (послуг, робіт) та встановлення низьких цін щодо аналогічних товарів конкурентів. Чи не приділяється належної уваги людському ресурсу як ключовому ланці системи управління корпорацією, що забезпечує взаємодію її суб'єктів [8, с. 225]. В результаті цього в корпоративному бізнесі порушується баланс інтересів і мотивацій його власників, а також найманих працівників, що призводить до зниження ефективності як зовнішніх, так і внутрішніх комунікацій корпорації і її суб'єктів. Неefективність позначених комунікацій несприятливо впливає на організаційну культуру корпорації, яка відображатиме стан комунікаційно-мотиваційного поля взаємодії багатьох учасників ринкових обмінів.

Організаційна культура корпорації, будучи однією з найважливіших підсистем управління нею, забезпечує ефективний процес просування товару до споживача і сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності корпоративного бізнесу в нестабільній ринковому середовищі. Таким чином, відсутність єдиної мотивації корпорації, її суб'єктів і маркетингового оточення на технологію і управлінські процедури забезпечення необхідних темпів розвитку території, а також неefективність функціонування сукупного комунікаційного простору призводять до формування наступних проблем в сфері вітчизняного корпоративного управління:

- незбалансованість інтересів суб'єктів взаємодії на раціональне використання наявних ресурсів;
- зниження рівня керованості в межах формованого комунікаційного простору;
- неузгодженість мотивів різних суб'єктів господарювання і структурних одиниць корпорації з точки зору цілей, методів, способів досягнення економічних і соціально значущих результатів (низький рівень соціальної відповідальності за розвиток економіки регіону, а також за забезпечення його економічної і екологічної безпеки).

Забезпечити ефективне функціонування і розвиток як регіону в цілому, так і корпорації зокрема, можливо за умови вдосконалення корпоративного управління з урахуванням стану її зовнішнього оточення і процесів, що протікають у внутрішньому середовищі корпорації. Це зумовлює необхідність гомоморфного моделювання (моделювання, при якому зберігаються певні структурні залежності в моделюється об'єкті) змін в корпоративному управлінні [9, с. 35]. Окреслені зміни зачіпають сфери інновацій, маркетингу, раціонального використання різних видів ресурсів (матеріальних, людських, інвестиційних, комунікаційних, мотиваційних). Реалізувати ці зміни можливо в рамках організаційно-економічного механізму управління функціонуванням і розвитком корпорації, що передбачає формування управлінських впливів з різних напрямків діяльності корпорації з урахуванням мінливості ринкової кон'юнктури, нормативного поля державного регулювання, стану інформаційного середовища, якості та обсягів ресурсів, а також мотивацій ринкових агентів.

В рамках вирішення зазначених вище проблем в сфері вітчизняного корпоративного управління ми пропонуємо такий організаційно-економічний механізм управління функціонуванням і розвитком корпорації (рис. 3).

Взаємодія елементів механізму розвитку підприємства (структурних підрозділів, органів управління) між собою об'єднуються у організаційно-управлінську підсистему. Ефективність зазначеної взаємодії визначається станом комплементарного стратегічного адаптера (на рис.3, він позначений цифрою «1»). Він дозволяє досягти стратегічного взаємозв'язку між корпоративним центром і бізнес-структурами підприємства. Найважливішим елементом організаційно-управлінської підсистеми є інформаційно-координаційний центр машинобудівного підприємства (ІКЦМП), в рамках якого формується сукупність інформаційних і комунікаційних складових, що сприяють реалізації концептуальних установок для формування ефективних комунікацій. Він не тільки отримує і переробляє всю корпоративну інформацію, а й сприяє створенню організаційної культури підприємства, що відповідає її місії і філософії.

Взаємодія машинобудівних підприємств з різними суб'єктами ринку і його окремими інститутами здійснюється в рамках середовища довіри, стан яких визначається і коригується в рамках, які забезпечує підсистема. Середовище довіри є каталізатором процесів формування комунікаційного і мотиваційного потенціалів локальної соціально-економічної системи, ефективність реалізації яких визначає раціональність використання наявних у суб'єктів взаємодії ресурсів.

В рамках блоку «2» відбувається моделювання змін в корпоративному управлінні під впливом його складових (маркетингової, комунікаційної, мотиваційної, логістичної) відповідно до тенденцій розвитку ринкового середовища. Окреслені зміни стосуються цілей і завдань, що стоять перед підприємством, а також рівня централізації і децентралізації управління ним.

Система взаємовідносин підприємства з конкурентами і різними ринковими агентами відображає стан комунікаційного поля, в рамках якого під впливом ряду факторів (ресурсів різного характеру, внутрішньої мотивації суб'єктів, управлінських впливів підприємства і регулюючих впливів держави) формується єдине мотиваційне поле яке впливає на їх взаємодію.

В межах мотиваційного поля відбувається гармонізація інтересів, ресурсів і мотивацій багатьох учасників ринкових обмінів. В адаптаційному блоці здійснюється аналіз факторів зовнішнього і

внутрішнього середовища підприємства. Джерела формування факторів зовнішнього оточення підприємства: макроекономічне середовище – держава, постачальники (партнери, контрагенти), споживачі, регіон, галузь. Сферами прояву дії факторів внутрішнього середовища є управління, трудова діяльність, виробництво, маркетинг, логістика, фінанси і інвестиції, а також інновації. Результати аналізу позначених факторів приймаються до уваги при розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства.

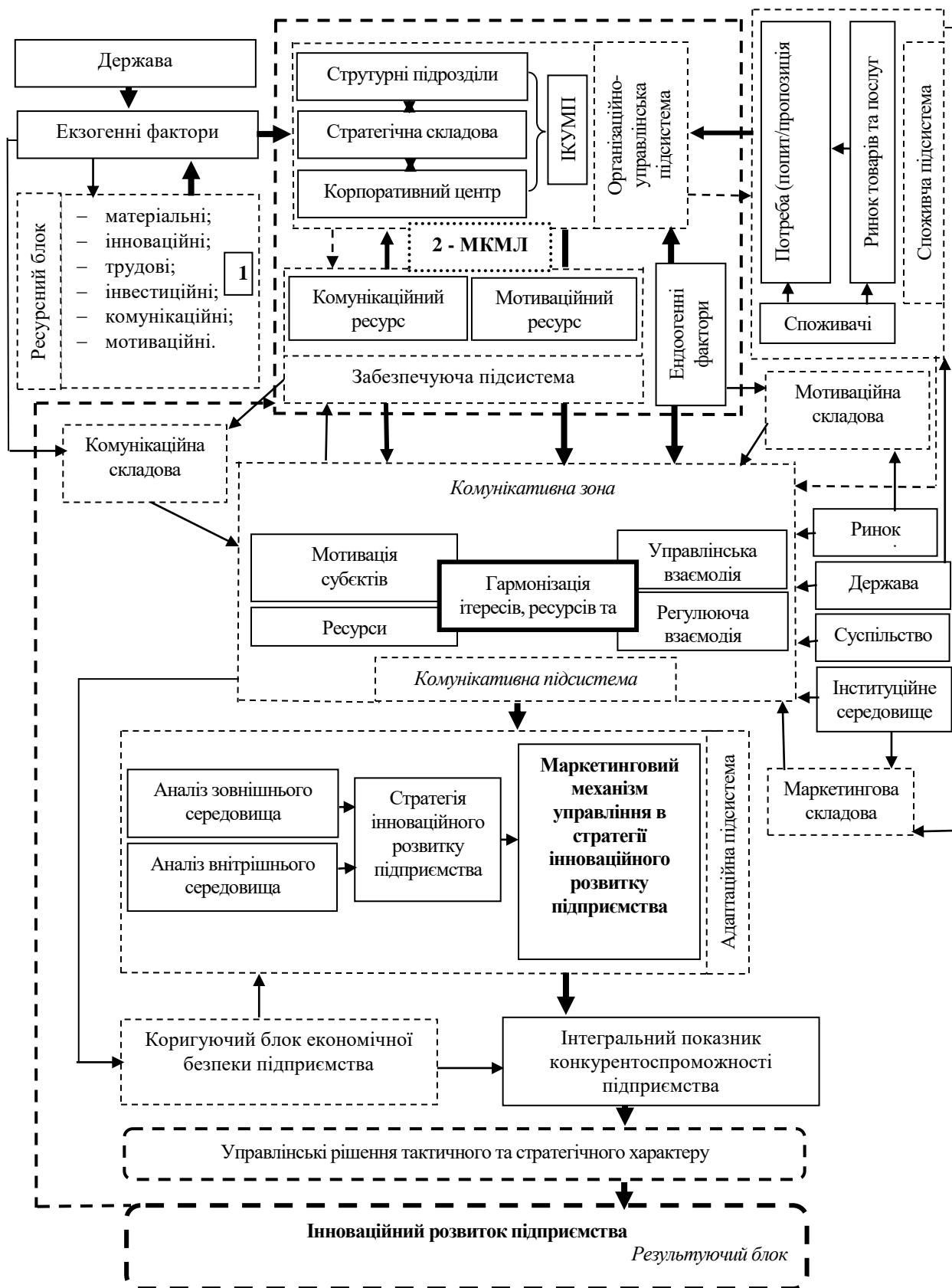


Рис. 3 Маркетинговий механізм управління в стратегії інноваційного розвитку підприємства



З урахуванням сукупності і взаємовпливу зовнішніх і внутрішніх факторів розраховується запропонований авторами інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, скоригований під впливом складових блоку економічної безпеки. На підставі інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства приймаються управлінські рішення як тактичного, так і стратегічного характеру, що відповідають стану ринку, можливостям підприємства та інтересам його господарюючих підрозділів.

Прийняття та реалізація управлінських рішень в межах позначених умов обумовлює необхідність адаптації підприємства до суперечливого стану зовнішнього середовища. Саме процеси адаптації корпоративного бізнесу до складної і багатоаспектної навколишнього середовищу визначають організаційно-правову форму його діяльності, структуру управління ним. Зміни, що відбуваються в організаційно-економічній складовій корпоративного управління підприємства істотно впливають на характер її взаємодії з суб'єктами маркетингового оточення.

Ефективність взаємодії визначається співвідношенням сукупності потреб, ресурсів і можливостей учасників конкурентного ринку. Співвідношення, що дозволяє досягти ефективної взаємодії, можливо забезпечити за допомогою використання маркетингово-ресурсного адаптера.

Нами пропонується визначити маркетингово-ресурсний адаптер як інструмент корпоративного управління, що представляє собою сукупність його взаємопов'язаних компонентів (маркетингового, комунікаційного, мотиваційного), що включаються в процеси адаптації корпорації до мінливого зовнішнього середовища, інтеграції її внутрішніх елементів в єдине комунікаційномотиваційне поле учасників ринкових відносин (споживачів, ринкових агентів, партнерів, суб'єктів інституційного середовища) і гармонізації їх інтересів, ресурсів, а також мотив цій при виробленні управлінських впливів для забезпечення сталого, екологічно безпечного функціонування і розвитку корпоративного бізнесу.

В адаптері здійснюється інтеграція ресурсних складових багатьох учасників ринкових обмінів в тому співвідношенні, в якому воно може бути прийнятно для забезпечення сталого, екологічно безпечного функціонування і розвитку, як позначених суб'єктів взаємодії, так і самого корпоративного бізнесу. Таким чином, маркетингово-ресурсний адаптер є ключовим компонентом організаційно-економічного механізму управління функціонуванням та інноваційного розвитку підприємства. Розробка зазначеного адаптера і його змістовного наповнення, а також системи показників для вибору сценаріїв розвитку інноваційного підприємства дозволить співвідносити потреби, можливості і ресурси багатьох учасників ринкових обмінів в межах формованого комунікаційного простору. Це створить передумови для найбільш повного задоволення потреб усіх учасників взаємодії з найменшими витратами ресурсів і з урахуванням їх диференційованих можливостей.

#### Література:

1. Корпоративное управление в условиях кризиса. Вопросы экономики. 2010. № 3. С. 150-156.
2. Клейнер В. Корпоративное управление и эффективность деятельности компаний. Вопросы экономики. 2018. № 10. С. 32-48.
3. Мейер К. Корпоративное управление в условиях рыночной экономики и экономики переходного периода. Корпоративное управление. Владельцы, директора и наемные работники акционерного общества; пер. с англ. М.: Джон Уайли энд Санз, 1996. С. 23-57.
4. Самосудов М. В. Теория корпоративного взаимодействия: учебное пособие по курсу «Корпоративное управление». М., 2007. 340 с.
5. Хандамова Э. Ф. Элементы теории коммуникаций в корпоративном маркетинге. Вестник ИНЖЭКОН: серия «Экономика». 2007. № 5 (18). С. 119-129.
6. Хандамова Э. Ф., Шумской А.С. Управление брендами в системе маркетинга на современном производственном предприятии: монография. Краснодар: Изд. КубГТУ, 2008. 189 с.
7. Щепакин М. Б., Попова Л. В. Классификационный подход к оценке факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий (на примере хлебопекарной отрасли). Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия: Экономические науки. 2011. № 2(119). С. 219-229.
8. Савко О.Я., Шарко В.В. Функціональні стратегії підприємства: етапи формування. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика стратегічного управління розвитком галузевих і регіональних суспільних систем» 2017. С. 382-385. URL: <http://194.44.112.14/bitstream/123456789/5820/1/6428p.pdf>
9. Амоша О.І., Вишневецький В.П., Збарзька Л.О. Концептуальні орієнтири промислової політики України (на середньострокову перспективу). Економіка промисловості. 2008. № 4. С. 3-21.
10. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. К. : Центр навчальної літератури, 2012. 612 с.
11. Геєць В.М. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку. К. : Ін-т екон. прогноз. ; Фенікс, 2003. 1008 с.
12. Данилишин Б.М. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи.; за заг. ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. 308 с.
13. Захаркіна Л.С. Збалансування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств у процесі стратегічного планування. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 3 (93). С. 88-95.
14. Карачина Н.П. Машинобудування України: сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку за умов економічної кризи. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2881/1/11.pdf>.
15. Колісник М.К. Стан підприємств машинобудування в Україні і можливі шляхи виходу з кризи за допомогою стратегії інтеграції. Регіональна економіка. 2008. № 4. С. 163-173.
16. Малхорта Нэреш К. Маркетинговые исследования : практическое руководство; пер. с англ. ; 3-е изд. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. 960 с.
17. Павленко А.Ф. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка. К.: КНЕУ, 2005. 584 с.
18. Романенко В.А. Концептуальні підходи до розвитку машинобудування в Україні. Проблеми науки. 2002. № 9. С. 28-31.

21. Савченко В.І. Українському селу – надійну вітчизняну техніку. Техніка АПК. 2006. № 5. С. 8-9.
22. Савченко С.М. Конкуреноспроможність українського машинобудівного комплексу на зовнішніх та внутрішніх ринках. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2011. № 29. С. 20-29.
23. Яковенко В.П. Пріоритети розвитку сільськогосподарського машинобудування та ринку техніки і технічного сервісу. Економіка АПК. 2004. № 4. С. 11-14.

#### References:

1. Korporativnoe upravlenie v uslovijah krizisa. Voprosy jekonomiki. 2010. № 3. S. 150-156.
2. Klejner V. Korporativnoe upravlenie i jeffektivnost' dejatel'nosti kompanij. Voprosy jekonomiki. 2018. № 10. S. 32-48.
4. Mejer K. Korporativnoe upravlenie v uslovijah rynochnoj jekonomiki i jekonomiki perehodnogo perioda. Korporativnoe upravlenie. Vladeľcy, direktora i naemnye rabotniki akcionernogo obshhestva; per. s angl. M.: Dzhon Uajli jend Sanz, 1996. S. 23-57.
5. Samosudov M. V. Teorija korporativnogo vzaimodejstvija: uchebnoe posobie po kursu «Korporativnoe upravlenie». M., 2007. 340 s.
6. Handamova Je. F. Jelementy teorii kommunikacij v korporativnom marketinge. Vestnik INZhJeKON: serija «Jekonomika». 2007. № 5 (18). S. 119-129.
7. Handamova Je. F., Shumskoj A.S. Upravlenie brendami v sisteme marketinga na sovremennom proizvodstvennom predpriyatii: monografija. Krasnodar: Izd. KubGTU, 2008. 189 s.
8. Shhepakın M. B., Popova L. V. Klassifikacionnyj podhod k ocenke faktorov, opredelajushhih konkurentosposobnost' predpriyatij (na primere hlebopekarnoj otrasli). Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU. Serija: Jekonomicheskie nauki. 2011. № 2(119). S. 219-229.
10. Savko O.Ya., Sharko V.V. Funktsionalni stratehii pidpriemstva: etapy formuvannja. Materialy VI Mizhnarodnoi naukovopraktyčnoj konferentsii «Teoriia i praktyka stratehichnogo upravlinnia rozvytkom haluzevykh i rehionalnykh suspilnykh system» 2017. S. 382-385. URL: <http://194.44.112.14/bitstream/123456789/5820/1/6428p.pdf>
11. Amosha O.I., Vyshnevskiy V.P., Zbarazka L.O. Kontseptualni orijentyry promyslovoi polityky Ukrainy (na serednostrokovu perspektyvu). Ekonomika promyslovosti. 2008. № 4. S. 3-21.
12. Balabanova L.V. Marketynh pidpriemstva: navch. posib. / L.V. Balabanova, V.V. Kholod, I.V. Balabanova. K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2012. 612 s.
13. Heiets V.M. Ekonomika Ukrainy: stratehii i polityka dovhostrokovoho rozvytku. K. : In-t ekon. prohnoz. ; Feniks, 2003. 1008 s.
14. Danylyshyn B.M. Mashynobuduvannja v Ukraini: tendentsii, problemy, perspektyvy.; za zah. red. chl.-kor. NAN Ukrainy B.M. Danylyshyna. – Nizhyn: TOV «Vydavnytstvo «Aspekt-Polihraf», 2007. 308 s.
15. Zakharkina L.S. Zbalansuvannja innovatsiinoho rozvytku mashynobudivnykh pidpriemstv u protsesi stratehichnogo planuvannja. Aktualni problemy ekonomiky. 2009. № 3 (93). S. 88-95.
16. Karachyna N.P. Mashynobuduvannja Ukrainy: suchasnyi stan, tendentsii ta perspektyvy rozvytku za umov ekonomichnoi kryzy. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2881/1/11.pdf>.
17. Kolisnyk M.K. Stan pidpriemstv mashynobuduvannja v Ukraini i mozhlyvi shliakhy vykhodu z kryzy za dopomohoiu stratehii intehratsii. Rehionalna ekonomika. 2008. № 4. S. 163-173.
18. Malkhorta Nəresh K. Marketynhovye yssledovanyia : praktycheskoe rukovodstvo; per. s anhl. ; 3-e yzd. – M. : Yzdatselskyi dom «Vyliams», 2003. 960 s.
19. Pavlenko A.F. Teoriia i praktyka marketynhu v Ukraini : monohrafiia za nauk. red. d-ra ekon. nauk, prof., akad. APN Ukrainy A. F. Pavlenka. K.: KNEU, 2005. 584 s.
20. Romanenko V.A. Kontseptualni pidkhody do rozvytku mashynobuduvannja v Ukraini. Problemy nauky. 2002. № 9. S. 28-31.
21. Savchenko V.I. Ukrainському selu – nadiinu vitczyznianu tekhniku. Tekhnika APK. 2006. № 5. С. 8-9.
22. Savchenko S.M. Konkurentospromozhnist ukrainskoho mashynobudivnogo kompleksu na zovnishnikh ta vnutrishnikh rynkakh. Problemy pidvyshchennja efektyvnosti infrastruktury. 2011. № 29. S. 20-29.
23. Yakovenko V.P. Priorytety rozvytku silskohospodarskoho mashynobuduvannja ta rynku tekhniki i tekhnichnogo servisu. Ekonomika APK. 2004. № 4. С. 11-14.

Рецензія / Peer review 19.11.2018      Надрукована / Printed: 06.12.2018

УДК 304.4

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-27-31

КУДЛАЄНКО С. В.

Хмельницький національний університет

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

*Досліджено структуру взаємозв'язків суб'єктів формування та реалізації державної соціальної основні механізми процесу формування соціальної політики, їх недоліки і проблемні моменти з політики. Сформовано структурну схему процесу формування ресурсів соціального забезпечення механізмів реалізації державної соціальної політики. Визначено тим, щоб у подальшому здійснити необхідні трансформації.*

*Ключові слова: соціальна політика, механізми формування, організаційно-правові засади, реформування.*

KUDLAIENKO S.

Khmelnyskyi National University

## ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASIS FOR THE STATE SOCIAL POLICY FORMING

*One of the most effective factors in the country's human potential development is social policy. That is why the primary task of Ukraine at the present stage is the formation of a social policy fundamentally new methodology, based on the each individual comprehensive development principles. In view of this, it is expedient to review the organizational and legal principles of the state social policy forming in terms of their compliance with the needs of the state socio-economic development and the socio-economic progress achievement. The domestic legal and regulatory framework defines in a sufficiently detailed way the organizational and legal basis for the state social policy forming, but at the same time it is not adapted to the requirements of the present with the presence of an urgent need to increase the country's socio-economic development indicators and to achieve social progress. The lack of a clear separation of powers for the social policy forming and implementing processes control of the state raises the problem of irresponsibility of officials. In the same time laying a duty to formulate and implement the state social policy only on one ministry considerably reduces the scope of powers, not allowing to fully covering all priority areas for the forming of necessary conditions and opportunities for the comprehensive personality development. Consequently, there is a need for a profound reform of the organizational and legal foundations for the state social policy forming of Ukraine in the modern conditions. The purpose of the article is to characterize the organizational and legal principles of the state social policy forming, to determine their main shortcomings and to outline the directions of necessary changes. In view of this investigated the structure of interconnection between the state social policy forming and implementing subjects. Formed the structural scheme of the social security resources formation process for mechanisms of the state social policy implementation. Defined the main mechanisms of the social policy forming processes, their disadvantages and problem points in order to carry out the necessary transformations in the future.*

*Keywords: social policy, formation mechanisms, organizational and legal principles, reforming.*

**Вступ.** Сьогодні з його високим рівнем глобалізації, посиленням міжнародної конкуренції та загостренням зовнішньополітичних відносин ставить перед кожною державою цілий ряд викликів та перешкод її стабільному розвитку. Особливої гостроти дана ситуація набула у вітчизняних реаліях, коли держава Україна змушена функціонувати, одночасно ведучи боротьбу за збереження територіальної цілісності, внутрішньої єдності, економічної та соціальної стабільності і, при цьому, намагаючись конкурувати на міжнародних ринках та дотримуватися євроінтеграційного курсу. Наведені причини вимагають пошуку таких шляхів, рішень та інструментів, які б допомогли країні, навіть у таких важких умовах, забезпечити не лише стабільність, але й розвиток. Оскільки ж одним з найважливіших факторів сталого економічного розвитку та високого рівня конкурентоспроможності країни є населення, то лише вкладаючи кошти і зусилля в розвиток людського потенціалу сьогодні можливо залишатися активним гравцем глобалізованого світового економічного простору.

Одним із найбільш ефективних чинників розвитку людського потенціалу країни виступає соціальна політика. Саме тому першочерговим завданням України на сучасному етапі є формування принципово нової методології соціальної політики, виходячи із засад всебічного розвитку кожного індивіда. З огляду на це, доцільним є перегляд організаційно-правових засад формування державної соціальної політики з погляду їх відповідності потребам соціально-економічного розвитку держави та досягнення соціально-економічного прогресу.

**Мета дослідження.** Охарактеризувати організаційно-правові засади формування державної соціальної політики, визначити їх основні недоліки та окреслити напрями необхідних змін.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Питання формування та реалізації соціальної політики держави досліджуються науковцями протягом багатьох століть, однак лише протягом кількох останніх десятиліть їх вивчення набуло масового характеру. Серед провідних сучасних дослідників вказаної проблематики варто виокремити роботи В. Г. Бульби, Т. М. Ганслі, Е. М. Лібанової, Т. В. Семигіної тощо. У той же час, надто мало уваги приділяється організаційно-правовим засадам вказаних процесів, що вимагає поглибленого дослідження означеного питання.

**Постановка завдання.** Системою вітчизняного законодавства вибудована чітка ієрархія суб'єктів формування та реалізації державної соціальної політики (рис. 1). Саме Верховна Рада України, в особі народних депутатів, виступає активним суб'єктом формування соціальної політики, оскільки саме від них залежить прийняття законодавчих актів та їх зміст. Звісно, стримуючим важелем є інститут Президентства, адже Президент України має право ветовати закони, якщо у нього для цього є чітка мотивація і сформульовані пропозиції щодо його доопрацювання. Проте, в разі незгоди, це вето може бути подолане народними депутатами.

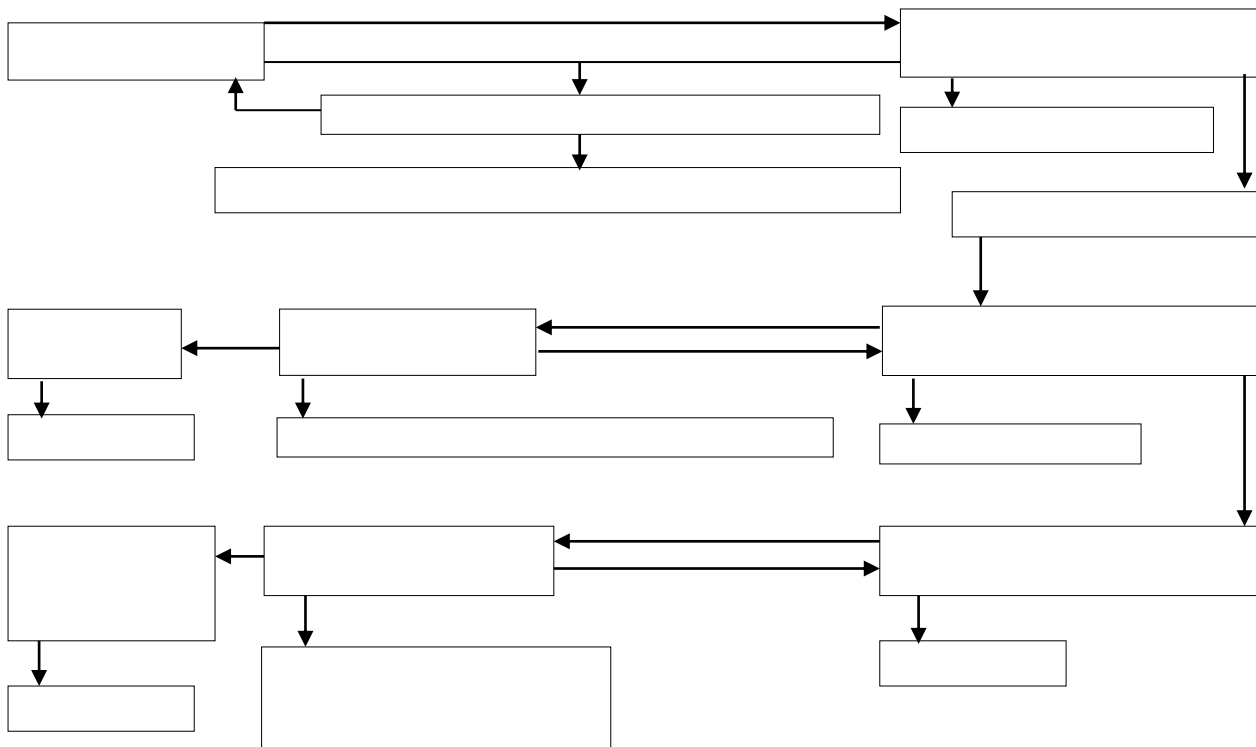


Рис. 1. Структурна схема взаємозв'язків суб'єктів формування та реалізації державної соціальної політики\*

\* – побудовано автором на основі [0–0]

Всі законопроекти перед розглядом у Верховній Раді України проходять опрацювання у профільних комітетах, наукову та юридичну експертизи, розглядаються у відповідних міністерствах із внесенням необхідних правок, однак, усе ж таки, саме народні депутати є основним суб'єктом формування соціальної політики держави, а, отже, від їх бажання, домовленостей, злагодженої роботи тощо залежить як, власне, соціальна політика держави, так і суми бюджетного фінансування її реалізації.

Слід вказати, що право законодавчої ініціативи у Верховній Раді належить Президенту України, народним депутатам, Кабінету Міністрів та Національному банку. Тобто законопроекти для розгляду приймаються лише у разі наявності на них підпису особи, наділеної правом законодавчої ініціативи. В той же час, Кабінет Міністрів України, як загальнодержавний орган виконавчої влади, по суті, має досить обмежені важелі впливу на процеси формування державної соціальної політики, особливо у випадку, якщо його пропозиції не підтримуються більшістю парламентарів.

Отже, українським законодавством сформована така система державної влади, за якої існує необхідність наявності узгодженого бачення державної соціальної політики одразу кількома суб'єктами – Президентом, Верховною Радою та Кабінетом Міністрів. В цьому контексті набуває особливої ваги активність громадян. Активна громадська позиція здатна виступати генератором необхідних змін та сприяти вирішенню різного роду питань соціальної політики.

Вітчизняне законодавство передбачає процедуру громадського обговорення, окрім того, усі законопроекти, зареєстровані Апаратом Верховної Ради, публікують у вільному доступі на спеціальному інтернет-порталі. Однак, у той же час, не існує жодного механізму впливу громадськості на зміст нормативних документів, адже законотворці можуть вносити до нього будь-які поправки та зміни. Лише масові виступи громадян, максимальне поширення інформації щодо необхідних змін до законодавства у тій чи іншій сфері і, як наслідок, цілеспрямована вимога громадян, здатні дійсно певною мірою спрямовувати процеси формування соціальної політики як на загальнодержавному, так і на місцевому рівнях.

Нормативно-правові акти, прийняті Верховною Радою України і підписані її спікером та Президентом (якщо мова йде про Закони України) є обов'язковими до виконання і саме на них ґрунтується діяльність Кабінету Міністрів України. Окрім того, Кабінет Міністрів уповноважений видавати власні

нормативно-правові акти, якими можуть бути постанови та розпорядження. Нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України також є обов'язковими до виконання (застосування). Кабінетом Міністрів України у складі ряду міністерств та їх відомств спрямовується і координується діяльність місцевих державних адміністрацій.

Місцеві державні адміністрації призначені здійснювати виконавчу владу на території відповідних адміністративно-територіальних одиниць. До їх повноважень відноситься забезпечення соціально-економічного розвитку територій, здійснення соціального захисту населення та сприяння його зайнятості. Окрім того, до повноважень місцевих належить здійснення контролю соціально-економічного розвитку в межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Місцеві державні адміністрації розробляють проекти програм соціально-економічного розвитку територій і подають на затвердження до відповідної ради. У разі позитивного рішення, тобто прийняття означеною радою такого проекту, він направляється на підпис до голови ради і вже після його підпису передається місцевим державним адміністраціям до виконання. Таким чином, до повноважень місцевих державних адміністрацій належить і розробка проектів соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальної одиниці, і їх виконання і подальше звітування у раді належного рівня про показники реалізації проекту. При цьому, контроль реалізації і отриманих результатів також покладений на місцеві державні адміністрації. Тобто, по суті, один орган і розробляє програми соціально-економічного розвитку, і реалізує їх, і контролює отримані результати. Таким чином, по суті, відбувається внутрішній контроль, однак для того, аби забезпечити ефективність діяльності органів державної влади і, в тому числі, місцевих державних адміністрацій, контроль має бути зовнішнім і неупередженим.

Звісно, певними стримуючими факторами є рішення обласних та районних рад, до повноважень яких відноситься затвердження запропонованих програм соціально-економічного розвитку та звітів про їх виконання. Однак слід відзначити, що дієвих механізмів впливу на працівників місцевих державних адміністрацій в контексті забезпечення їх реальної відповідальності за втілювані програми та їх результати у депутатів обласних та районних рад немає.

Найнижчим рівнем формування соціальної політики в Україні є виконавчі органи (комітети) селищних, сільських та міських рад (у разі створення таких). У інших же випадках повноваження органу виконавчої влади можуть виконуватися сільським, селищним, міським головою. До повноважень виконавчих органів сільських, селищних та міських рад, в частині відношення до соціальної політики держави, належить формування програм соціально-економічного та культурного розвитку відповідної адміністративно-територіальної одиниці, подання їх на затвердження до, відповідно, сільської, селищної чи міської ради та звітування перед цією радою про отримані в ході реалізації програми результати. Контроль отриманих результатів в даному випадку також покладено на виконавчі органи сільських, селищних та міських рад.

У випадку, якщо повноваження органу виконавчої влади виконуються сільським, селищним чи міським головою, то він стає підзвітним, підконтрольним та відповідальним одразу перед кількома суб'єктами: територіальною громадою, відповідною радою та відповідними органами виконавчої влади вищого рівня.

Формування державної соціальної політики – це встановлення державних соціальних гарантій і законодавчих механізмів їх реалізації, формування програм соціально-економічного розвитку різного рівня (загальнодержавного, обласного, районного, місцевого тощо) та формування державного соціального забезпечення. При цьому, під соціальним забезпеченням розуміється комплекс заходів, ресурсів та інструментів, спрямованих на забезпечення населенню умов та можливостей для повноцінного життя, самореалізації та досягнення власного благополуччя.

Основна складність процесів формування соціальної політики перебуває саме у площині соціального забезпечення. Так, навіть ідеально прописана (задекларована) соціальна політика не матиме жодних шансів на втілення без формування належного державного соціального забезпечення, адже це не лише фінанси, але й цілий ряд інших складових, як-от кадри, інфраструктура, програми та проекти, інші види ресурсів тощо.

Звісно, фінансова складова державного соціального забезпечення у механізмах реалізації соціальної політики держави є пріоритетною, оскільки саме вона тією чи іншою мірою сприяє формуванню усіх інших складових. Формування фінансових ресурсів для механізмів реалізації державної соціальної політики відбувається у рамках бюджетотворення, тобто формування бюджетів різного рівня: загальнодержавного, обласного, районного, територіальної громади, міста, району в місті, селища тощо. Схематичний зв'язок різнорівневих бюджетів сфери соціального захисту населення представлений на рис. 2.

Правові засади бюджетного процесу в Україні регулюються Бюджетним Кодексом, а головним бюджетним документом є щорічний Державний бюджет, який формується Кабінетом Міністрів і у встановленому порядку проходить процедуру затвердження у Верховній Раді України та процедуру подальшого підпису Президентом України.

По суті, бюджетом є деталізований план з формування та використання ресурсів держави, області, району, об'єднаної територіальної громади, міста, району в місті, села, селища тощо, залежно від того, яким

саме органом цей бюджет затверджується і для якої адміністративно-територіальної одиниці, а процес формування різнорівневих бюджетів, з точки зору формування соціальної політики, виступає саме процесом формування ресурсів соціального забезпечення, тобто кадрів, фінансових коштів, інфраструктури, інформаційних та інших ресурсів, оскільки існування всього цього неможливе без відповідного бюджетного фінансування.

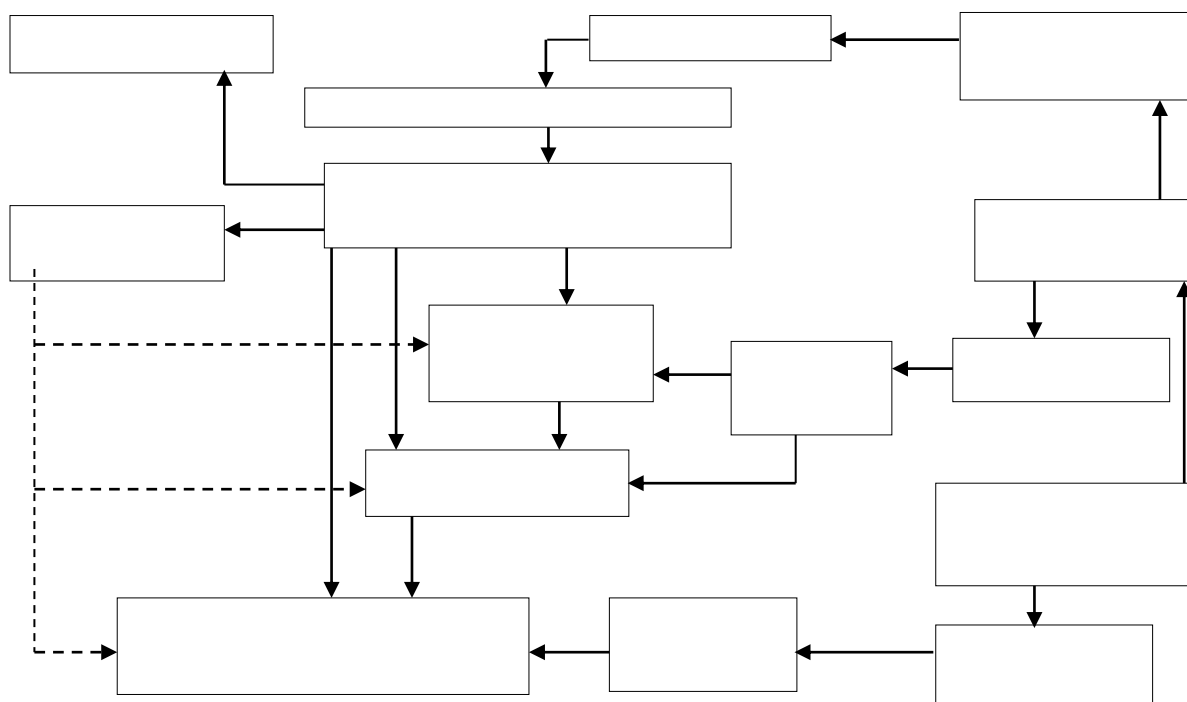


Рис. 2. Структурна схема взаємозв'язків процесу формування ресурсів соціального забезпечення механізмів реалізації державної соціальної політики\*

\* - сформовано автором на основі [0–0]

Таким чином, можна виділити кілька окремих, проте взаємопов'язаних механізмів формування державної соціальної політики:

- формування законодавства, в тому числі і в частині державних соціальних гарантій;
- розробка заходів та інструментів державного соціального забезпечення;
- формування ресурсів державного соціального забезпечення (бюджетний процес).

Основним недоліком механізмів формування та реалізації державної соціальної політики на сьогодні, не враховуючи недосконалість існуючих систем контролю, являється брак координації та взаємозв'язків між різними сферами. У той же час, там, де ці зв'язки сформовані, існують надто складні бюрократичні процедури, які здебільшого зводять нанівець всі можливі позитивні ефекти від міжвідомчої співпраці.

Отже, в контексті реформування вітчизняної соціальної політики на засадах застосування концепції всебічного розвитку особистості, необхідним і першочерговим завданням є формування тісного взаємозв'язку та координації дій суб'єктів формування та реалізації державної соціальної політики у всіх сферах, особливо у тих, які є пріоритетними для соціального розвитку та соціального прогресу України. Це, зокрема, сфери освіти, охорони здоров'я, праці, соціального захисту та забезпечення якості життя населення, куди входять такі напрями державного управління, як економіка, культура, спорт, екологія, фінанси та ін. Виходячи з цього, можемо говорити про необхідність формування соціальної політики України зусиллями всього Кабінету Міністрів, як центрального органу виконавчої влади, а не в рамках одного міністерства.

Базування державної соціальної політики на засадах концепції всебічного розвитку особистості вимагає перебудови підходів, принципів і систем державного управління та контролю із їх загальним підпорядкуванням до вимог основної мети соціальної політики. Мова йде про необхідність розробки програм розвитку різних сфер і галузей з урахуванням першочергового формування усіх необхідних умов і можливостей всебічного розвитку, про необхідність координації зусиль і співробітництва у різних сферах управління для досягнення кінцевої мети соціальної політики, а саме, високого рівня соціально-економічного розвитку та соціального прогресу.

З огляду на це, вважаємо за доцільне перейменувати Міністерство праці і соціальної політики у Міністерство праці і соціального захисту, адже така назва більше відповідає його повноваженням. Що ж

до соціальної політики, то вона має виступати результатом роботи Уряду в цілому, оскільки, як вже відзначалося, створення всіх необхідних умов та можливостей всебічного розвитку індивідів можливе лише на основі скоординованих зусиль усіх міністерств, підпорядкованих їм відомств, державних служб тощо. Іншими словами, соціальна політика в сучасних умовах є надто складною, багатогранною і багатокомпонентною категорією для того, аби підпорядковувати її реалізацію можливостям лише одного міністерства.

**Висновки.** Вітчизняна нормативно-правова база досить детально визначає організаційно-правові засади формування державної соціальної політики, однак, при цьому вона не пристосована до вимог сьогодення з наявністю нагальної потреби підвищувати показники соціально-економічного розвитку в країні та досягати соціального прогресу. Відсутність чіткого розмежування повноважень формування та контролю за процесами реалізації соціальної політики держави породжує проблему безвідповідальності чиновників, а покладання обов'язку формування та реалізації державної соціальної політики лише на одне міністерство значно звужує коло повноважень, не даючи у повній мірі охопити всі пріоритетні сфери для формування необхідних умов і можливостей всебічного розвитку особистості. Отже, існує необхідність глибокого реформування організаційно-правових засад формування державної соціальної політики України в сучасних умовах.

### Література

1. Конституція України : закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР в редакції від 30.09.2016 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-ВР>. (дата звернення 03.02.2018)
2. Про Кабінет Міністрів України : закон України від 27.02.2014 р. № 794-VII в редакції від 03.07.2018 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/794-18>. (дата звернення 17.08.2018)
3. Про регламент Верховної Ради України : закон України від 10.02.2010 р. № 1861-VI в редакції від 21.06.2018 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-17>. (дата звернення 11.08.2018)
4. Про місцеві державні адміністрації : Закон України від 09.04.1999 р. № 586-XIV в редакції від 13.03.2018 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14>. (дата звернення 09.07.2018)
5. Про місцеве самоврядування : закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР в редакції від 22.03.2018 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>. (дата звернення 21.05.2018)
6. Бюджетний кодекс України : закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI в редакції від 07.12.2017 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>. (дата звернення 10.06.2018)

### References

1. Konstytutsiia Ukrainy : zakon Ukrainy vid 28.06.1996 r. № 254k/96-VR v redaktsii vid 30.09.2016 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-VR>. (data zvernennia 03.02.2018)
2. Pro Kabinet Ministriv Ukrainy : zakon Ukrainy vid 27.02.2014 r. № 794-VII v redaktsii vid 03.07.2018 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/794-18>. (data zvernennia 17.08.2018)
3. Pro rehlament Verkhovnoi Rady Ukrainy : zakon Ukrainy vid 10.02.2010 r. № 1861-VI v redaktsii vid 21.06.2018 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-17>. (data zvernennia 11.08.2018)
4. Pro mistsevi derzhavni administratsii : Zakon Ukrainy vid 09.04.1999 r. № 586-KhIV v redaktsii vid 13.03.2018 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14>. (data zvernennia 09.07.2018)
5. Pro mistseve samovriaduvannia : zakon Ukrainy vid 21.05.1997 r. № 280/97-VR v redaktsii vid 22.03.2018 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>. (data zvernennia 21.05.2018)
6. Biudzhetniy kodeks Ukrainy : zakon Ukrainy vid 08.07.2010 r. № 2456-VI v redaktsii vid 07.12.2017 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>. (data zvernennia 10.06.2018)

Рецензія / Peer review 12.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 331

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-32-34

ДЗЮБА Т.З.

Хмельницький національний університет

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

*У статті розглянуто інформаційне забезпечення системи розвитку людського потенціалу. Визначено місце людського потенціалу в системі соціально-економічних факторів. Доведено, що інформаційно-комп'ютерні технології інтенсивно проникають в трудову сферу та під їх впливом змінюється структура зайнятості, підвищується рівень мобільності робочої сили, зростають вимоги до освітнього і професійного рівня працівників.*

*Ключові слова: зовнішні чинники, внутрішні чинники, вплив, система, людський потенціал.*

DZUBA T.Z.

Khmelnytsky National University

## INFORMATION SUPPLY FOR HUMAN CAPACITY DEVELOPMENT IN UKRAINE

*In the article the information support of the system of development of human potential is considered. The place of human potential in the system of socio-economic factors is determined. Human development management is carried out at the national, regional, and local levels and at the enterprise level. The object of this management is the socio-economic and organizational relations that are formed in the society on improving the quality of life of the population, the formation, reproduction and use of labor resources, and the subject - the authorities at all levels responsible for these actions. It is proved that information and computer technologies intensively penetrate into the labor sphere and under their influence the structure of employment changes, the level of labor mobility increases, requirements for the educational and professional level of employees increase. A significant role in facilitating the vocational training of the workforce is played by the information networks of enterprises, the joining of which to global networks will enable to receive from other networks all the necessary information and exchange it. The whole complex of informational and analytical support of the enterprise is developed for the information support of the decisions taken by the management. The most important is the quality of information, which is determined by how rational and substantiated the management decisions taken by the management of the enterprise on its basis. Only in the presence of qualitative information is the possibility of an adequate assessment of the situation and the adoption of effective operational and strategic decisions. It is generally believed that information is qualitative if it meets the following requirements: reliability, accuracy, relevance, convenience of presentation, reliability and availability.*

*Keywords: external factors, internal factors, influence, system, human potential.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Розвиток сучасних економічних систем визначається використанням новітніх технологій та рівнем професіоналізму, знань, досвіду втілених в людському капіталі. Зміна системи господарювання та кризові явища в економіці України негативно вплинули на соціально-трудову сферу країни загалом і на розвиток її людського потенціалу зокрема. Помітне зниження рівня життя населення, демографічна криза, зменшення чисельності зайнятих, збільшення масштабів відкритого і прихованого безробіття, інші негативні тенденції вказують на необхідність вироблення такої державної політики щодо управління розвитком людського потенціалу, яка б сприяла призупиненню цих тенденцій та зменшила напругу на національному і регіональних ринках праці. Людський потенціал економіки можна характеризувати як накопичений населенням запас фізичного і морального здоров'я, загальнокультурної та професійної компетентності, творчої, підприємницької та громадянської активності, що реалізуються в різноманітних сферах діяльності, а також у структурі потреб.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Теоретичною базою дослідження людського потенціалу є праці таких вчених, як Г. Беккер, Е. Брукінг, В. Геєць, О. Грішнова, Г. Гузенко, Б. Данилишин, С. Клімов, С. Климко, В. Куценко, Е. Лібанова та ін. Незважаючи на глибоке опрацювання наукова проблема оптимізації людського потенціалу залишається актуальною та потребує подальших досліджень.

**Метою дослідження** є дослідження інформаційного забезпечення системи розвитку людського потенціалу. Визначення місця людського потенціалу в системі соціально-економічних факторів. Доведення, що інформаційно-комп'ютерні технології інтенсивно проникають в трудову сферу та під їх впливом змінюється структура зайнятості, підвищується рівень мобільності робочої сили, зростають вимоги до освітнього і професійного рівня працівників.

**Основний матеріал дослідження.** Людський потенціал є найширшою соціально-економічною категорією, що характеризує участь людини в суспільних процесах, тому визначення саме його ролі спроможне до комплексного визначення принципів людського розвитку та політики в цьому напрямі.

Місце людського потенціалу в системі соціально-економічних факторів наведено на рис. 1.

Феномен людського потенціалу має таку специфіку. По-перше, це системність – людський потенціал має властивості, які не вичерпуються сумою переліку якостей людей. По-друге, це



«екстравертивність». Адже, для формування та реалізації людського потенціалу визначальне значення, як правило, мають «зовнішні» по відношенню до нього умови і чинники, характеру середовища його існування. Третє, це характерна наявність прихованих властивостей, які при зміні певних умов можуть проявитися. Наступне – це те, що властивості людського потенціалу обумовлюють можливості людського розвитку як на найближчу перспективу, так і в більш віддаленому майбутньому [1].

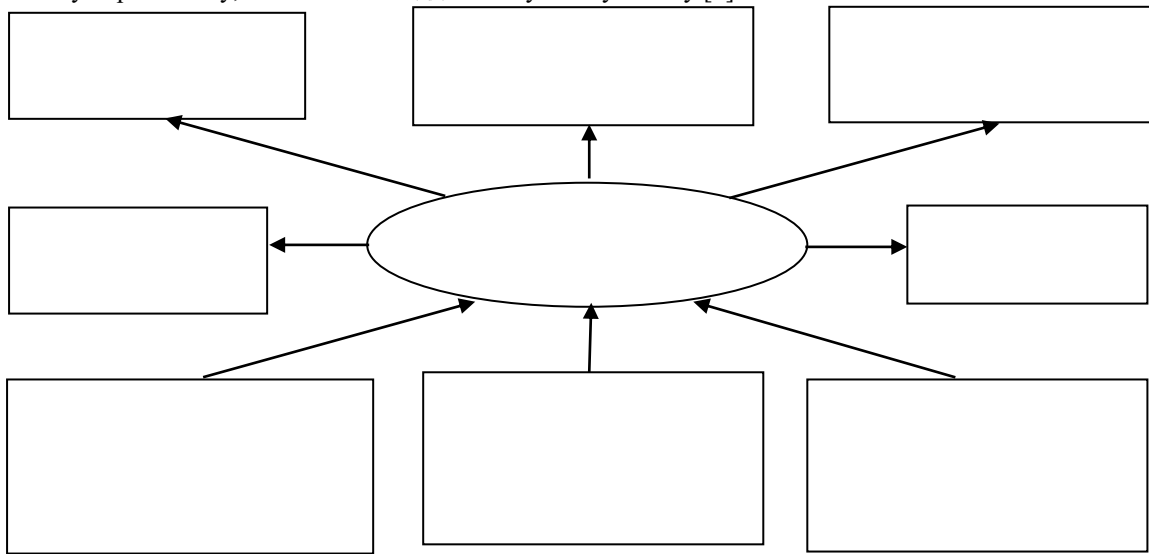


Рис. 1. Місце людського потенціалу в системі соціально-економічних факторів\*

\*- Систематизовано та доповнено автором

Для вироблення ефективного механізму управління процесами його розвитку потрібне розуміння його компонентної структури. Досліджуючи компонентну структуру людського потенціалу можна зробити висновок, що значна частина науковців займалась цією проблемою, тому ми виділяємо такі компоненти людського потенціалу: демографічну, духовну, активнісну, інформаційну, екологічну, економічну, мотиваційну, соціальну і освітню, а також компоненту здоров'я. Управління розвитком людського потенціалу виконують на загальнодержавному, регіональному і місцевому рівнях та на рівні підприємств. Об'єктом цього управління є соціально-економічні та організаційні відносини, що складаються в суспільстві з приводу підвищення якості життя населення, формування, відтворення та використання ресурсів праці, а суб'єктом – органи управління всіх рівнів, які відповідальні за ці дії [2].

Сьогодні для управління розвитком людського потенціалу потрібне інформаційне, організаційне, наукове, фінансове, кадрове, правове і нормативне забезпечення. Кожне з цих забезпечень є важливе проте одним з найважливіших є інформаційне забезпечення. Оскільки для ефективного прийняття управлінських рішень потрібна оперативна, відкрита, привселюдна і достовірна інформація про рівень розвитку цього потенціалу.

Зарубіжний досвід підтверджує, що удосконалення інформаційного забезпечення є одним із пріоритетних напрямів розвитку професійного навчання робочої сили на підприємстві.

Інформаційне забезпечення – це сукупність форм документів, нормативної бази і реалізованих рішень щодо обсягу, розміщення і форм організації інформації, яка циркулює в системі автоматизованого оброблення економічної інформації чи в інформаційній системі.

Так, в США у процес професійного навчання революційний внесок зробили комп'ютерні засоби та інтернет-технології. Особливого поширення набула підготовка з використанням комп'ютерних технологій: автоматизують навчання, документообіг і прийом телефонних дзвінків, дозволяють інтегрувати ділову інформацію в запити і забезпечують швидший, дешевий та ефективніший, ніж традиційні способи, доступ до інформації. Нині багато підприємств використовують різні види дистанційного навчання, звичайні курси, а також телекурси, відеоконференції і курси, що проводяться за допомогою інтернет-технологій.

Значну роль при сприянні професійному навчанні робочої сили відіграють інформаційні мережі підприємств, приєднання яких до глобальних мереж дасть можливість отримувати з інших мереж усю необхідну інформацію та обмінюватись нею [3].

Весь комплекс інформаційно-аналітичного забезпечення підприємства розробляється для інформаційної підтримки рішень, які приймає керівництво. Найважливішою є якість інформації, що визначається тим, наскільки раціональні та обгрунтовані управлінські рішення, прийняті керівництвом підприємства на її основі. Лише за наявності якісної інформації з'являється можливість адекватної оцінки ситуації та ухвалення ефективних оперативних і стратегічних рішень. Зазвичай вважають, що інформація якісна, якщо вона відповідає таким вимогам: достовірність, точність, актуальність, зручність форми представлення, вірогідність та доступність.

Для ефективного функціонування системи управління важливе значення має своєчасність надходження інформації. Часткова інформація, одержана своєчасно, значно корисніша для управління, ніж повна інформація за всією формою, яка одержана із запізненням.

Сучасний період розвитку суспільства характеризується сильним впливом на нього комп'ютерних технологій, які проникають в усі сфери людської діяльності, забезпечують поширення інформаційних потоків в суспільстві, утворюючи глобальний інформаційний простір. Людина, яка вміло й ефективно володіє технологіями та інформацією, має новий стиль мислення, принципово інакше оцінює проблеми, які виникають, організовує свою діяльність.

Інформаційно-комп'ютерні технології все інтенсивніше проникають і в трудову сферу, під їх впливом змінюється структура зайнятості, підвищується рівень мобільності робочої сили, зростають вимоги до освітнього і професійного рівня працівників, а також рівня навичок у користуванні ІКТ.

Цьому сприяють такі глобальні тенденції в інформатизації суспільства:

1. Активне використання інтернет-технологій в повсякденному житті людей усього світу.
2. Зниження цін на послуги зв'язку, що робить інтернет більш доступним.
3. Поява нової категорії людей, які використовують інформаційно-комунікаційні технології в своєму повсякденному житті не менше 5 років.

**Висновки.** Таким чином, розвиток людського потенціалу є фундаментом для соціально-економічного прогресу суспільства. Створення умов для реалізації людського потенціалу обумовлює стратегічний успіх як для окремо взятої організації, так і для соціально-економічного зростання країни в цілому. Розвиток інформаційного суспільства на перший план ставить використання інформаційно-комунікаційних технологій, які висувають підвищені вимоги до якості робочої сили, вимагають значних інвестицій у формування якісних характеристик, що користуються високим попитом на ринку праці і в процесі реалізації капіталізуються, перетворюючись на людський капітал, що в результаті сприяє отриманню соціально-економічного результату. Виникає необхідність застосування таких регуляторних інструментів інвестиційного управління людським капіталом, застосування яких забезпечувало ефективне формування, розвиток і відтворення людського капіталу на інвестиційній основі.

#### Література

1. Замараєв А. В. Сутність поняття «людський потенціал» в контексті суспільного розвитку [Електронний ресурс] / А. В. Замараєв // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2015. – № 9.– Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=895>
2. Гинда О. М. Сутність та вплив управління процесами розвитку людського потенціалу на економіку України / О. М. Гинда // Економіка і організація управління. – 2014. – Вип. 1-2. – С. 74–79.
3. Гаман Г. В. Інноваційно-інформаційне забезпечення відтворення людського капіталу в Україні / Г. В. Гаман // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 247–251.

#### References

1. Zamaraiiev A. V. Sutnist poniattia «liudskiyi potentsial» v konteksti suspilnoho rozvytku [Elektronnyi resurs] / A. V. Zamaraiiev // Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. – 2015. – № 9.– Rezhym dostupu : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=895>
2. Hynda O. M. Sutnist ta vplyv upravlinnia protsesamy rozvytku liudskoho potentsialu na ekonomiku Ukrainy / O. M. Hynda // Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia. – 2014. – Vyp. 1-2. – S. 74–79.
3. Haman H. V. Innovatsiino-informatsiine zabezpechennia vidtvorennia liudskoho kapitalu v Ukraini / H. V. Haman // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka. – 2014. – № 1. – S. 247–251.

УДК 331.5

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-35-39

РУДИК О. А.

Хмельницький національний університет

## РИНОК ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН: АНАЛІЗ СТАНУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

*Здійснено аналіз ситуації на ринку праці Хмельницької області в цілому та у розрізі міст і районів Хмельниччини. Досліджено показники дотримання норм безпеки та гігієни праці в регіоні. Визначено основні проблемні сторони функціонування ринку праці та соціально-трудоових відносин у Хмельницькій області.*

*Ключові слова: ринок праці, соціально-трудоові відносини, Хмельницька область, аналіз, проблеми, тенденції.*

RUDYK O. A.

Khmelnysky National University

## LABOUR AND SOCIAL-LABOUR RELATIONS MARKET: ANALYSIS OF THE SITUATION IN KHMELNYTSKYI REGION

*The priority of the whole system of public administration functioning is to ensure sustainable socio-economic development of both the country as a whole and its separate territories. In this context, issues of regional socio-economic development are particularly relevant. Competitive and economically developed regions – the way to a stable and successful functioning of the country's economy and ensuring its competitiveness in the world economic space. It is well known that the key to social and economic development is the population, and, more precisely, human capital, its effective use and growth. In this context, the study of the development of the regional labor market and social-labor relations becomes of particular importance. Problems of the labor market and the social-labor relations forming and regulating occupy an important place in the system of scientific research. At the same time, regional problems and imbalances in the development of social-labor relations require an in-depth study of the identified issues precisely on the scale of the region in order to diagnose the problems inherent in a specific locality and, on the basis of this, develop effective regulatory systems. The aim of the article is to analyse the labor market and social-labor relations in the Khmelnytskyi region, identify the main problems and priorities. So, in the study are analysed the situation on the labor market of Khmelnytskyi region in general and in the context of its cities and districts. Investigated the indicators of compliance with safety and health standards in the region. Determined the main problems of functioning of the labor market and social-labor relations in Khmelnytskyi region.*

*Keywords: labor market, social-labor relations, Khmelnytskyi region, analysis, problems, trends.*

**Вступ.** Пріоритетом функціонування всієї системи державного управління є забезпечення сталого соціально-економічного розвитку як країни в цілому, так і її окремих територій. В цьому контексті особливо актуальними стають питання забезпечення регіонального соціально-економічного розвитку, оскільки конкурентоспроможні та економічно розвинуті регіони – шлях до стабільного та успішного функціонування економіки країни та забезпечення її конкурентоспроможності у світовому економічному просторі.

Загальновідомо, що запорукою соціально-економічного розвитку є населення, а, точніше, людський капітал, його ефективне застосування і нарощування. В цьому контексті особливої ваги набуває дослідження стану розвитку регіонального ринку праці та соціально-трудоових відносин.

**Мета дослідження** – здійснити аналіз ринку праці та соціально-трудоових відносин у Хмельницькій області, визначити основні проблеми та пріоритети.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Проблеми ринку праці та формування і регулювання соціально-трудоових відносин, займають важливе місце в системі наукових досліджень. В розробку теоретико-методичних та соціально-економічних аспектів досліджуваного питання вагомий вклад внесли Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, Е. М. Лібанова, Н. Д. Лук'янченко та інші вітчизняні і зарубіжні науковці. У той же час, регіональні проблеми і дисбаланси у розвитку соціально-трудоових відносин вимагають поглибленого дослідження окреслених питань саме в масштабах області з тим, щоб діагностувати проблеми, властиві конкретній місцевості та на основі цього розробляти дієві системи регулятивного впливу.

**Постановка завдання.** Основною характеристикою ринку праці є динаміка чисельності зайнятого та безробітного населення (табл. 1).

Динаміка показників ринку праці Хмельниччини у досліджуваному періоді не характеризувалася стабільністю. Зокрема, якщо у 2017 році спостерігалася покращення ситуації за рядом показників, то вже у 2018 р., навпаки, наявна зворотна динаміка. Серед позитивних тенденцій варто відзначити поступове зростання чисельності економічно-активного населення працездатного віку – за два роки його приріст склав 0,94 % або 5,1 тис. осіб та зниження кількості безробітних на 3,8 тис. осіб або на 7,17 %. У той же час, слід відзначити, що відбулося зростання чисельності безробітних у 2018 році в порівнянні з показником 2017 р. Так, їх чисельність збільшилася на 2,5 тис. осіб.

Таблиця 1

## Зайнятість та безробіття населення Хмельницької області у 2016–2018 рр. (за дев'ять місяців)\*

Показник	Рік			Відхилення за період 2018–2016	Приріст за період, % 2018/2016
	2016	2017	2018		
<b>Економічно-активне населення, тис. осіб</b>					
у віці 15–70 років	563,1	572,3	570,8	7,7	1,37
працездатного віку	545,3	550,1	550,4	5,1	0,94
<b>Зайняте населення, тис. осіб</b>					
у віці 15–70 років	510,1	525,6	521,6	11,5	2,25
працездатного віку	492,3	503,4	501,2	8,9	1,81
<b>Безробітне населення (за методологією МОП), тис. осіб</b>					
у віці 15–70 років	53,0	46,7	49,2	-3,8	-7,17
працездатного віку	53,0	46,7	49,2	-3,8	-7,17
<b>Економічно неактивне населення, тис. осіб</b>					
у віці 15–70 років	383,0	362,2	371,8	-11,2	-2,92
працездатного віку	350	321,9	333,4	-16,6	-4,74

\* - сформовано на основі даних [1]

Також важливою позитивною тенденцією є і скорочення чисельності економічно неактивного населення. Зокрема, економічно неактивне населення працездатного віку Хмельницької області зменшилося на 16,6 тис. осіб на протязі досліджуваного періоду або на 4,74 %. Такі значні цифри є свідченням не лише зростання рівня економічної активності населення, а й поступового скорочення тіньового ринку праці. Розглянемо більш детально інформацію Державної служби зайнятості в регіоні в розрізі міст і районів (табл. 2).

Таблиця 2

## Показники діяльності Державної служби зайнятості у Хмельницькій області у 2017–2018 рр.\*

Район	Мали статус безробітного, осіб		Всього отримали роботу, осіб		Кількість вакансій, одиниць		Отримували допомогу по безробіттю, осіб	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
<b>Хмельницька область</b>	<b>40213</b>	<b>36254</b>	<b>20 848</b>	<b>22 733</b>	<b>27 152</b>	<b>31 852</b>	<b>10 250</b>	<b>11 299</b>
Білогірський	1638	1285	747	643	662	508	394	458
Вінковецький	623	525	325	370	399	426	165	155
Волочиський	1997	1659	1 150	928	1 341	1 156	379	543
Городоцький	885	885	338	356	606	620	286	262
Деражнянський	1050	777	344	262	313	316	268	214
Дунаєвський	2586	2495	1 023	1 073	1 021	1 179	757	823
Ізяславський	1433	1438	934	951	883	975	307	451
Кам'янець-Подільський	2410	2238	1 060	1 529	1 063	1 748	680	737
Красилівський	2550	2488	1 319	1 273	1 463	1 533	704	928
Летичівський	1211	942	458	604	434	580	296	251
Новоушицький	1005	848	267	300	321	373	302	284
Полонський	1318	1048	386	319	635	644	308	329
Славутський	3048	2478	1 448	1 435	1 430	1 459	805	789
Старокостянтинівський	2110	1897	1 128	1 212	1 596	1 985	477	534
Старосинявський	722	630	179	173	203	246	215	192
Теофіпольський	2525	2159	1 196	1 019	1 061	913	686	671
Хмельницький	843	780	330	339	364	515	225	287
Чемаровецький	1316	1195	526	540	552	557	396	371
Шепетівський	2591	2830	1 585	1 867	2 437	2 851	592	824
Ярмолинецький	756	605	256	233	350	402	185	166
м. Кам'янець-Подільський	3326	3033	2 430	3 115	2 706	3 446	872	938
м. Нетішин	1458	1259	595	688	571	684	324	341
м. Хмельницький	2812	2760	2 824	3 504	6 741	8 736	627	751

\* - сформовано на основі даних [2]

В цілому по Хмельниччині у досліджуваному періоді спостерігалось зменшення чисельності осіб, які мали статус безробітного. Аналогічні тенденції наявні і в районах області, за виключенням Ізяславського і Шепетівського. Так, якщо по області спостерігалось скорочення чисельності осіб зі статусом безробітного в аналізованому періоді на 9,8 %, то в Ізяславському районі спостерігається їх приріст у розмірі 0,34 %, а у Шепетівському – 9,2 %.

Також в цілому по області у досліджуваному періоді спостерігається збільшення чисельності працевлаштованих за допомогою регіональних центрів Державної служби зайнятості осіб – на 1885 осіб або на 9 %. Так, якщо у 2017 р. рівень працевлаштованих безробітних по області становив 51,8 %, то в 2018 р. вже 62,7 %. При цьому, слід говорити про значні диспропорції в обсягах попиту і пропозиції робочої сили в

регіоні. Так, переважання попиту над пропозицією робочої сили у значних обсягах спостерігається у містах Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Шепетівка та Старокостянтинів. Натомість у місті Нетішин існує значне переважання пропозиції робочої сили. Так, у 2018 році на зареєстровану чисельність безробітних 1458 осіб було виставлено роботодавцями лише 684 вакансії. Аналогічна ситуація з надлишком робочої сили спостерігається і в Білогірському, Деражнянському, Дунаєвському, Ізяславському, Летичівському, Новоушицькому, Полонському, Славутському, Теофіпольському та Чемеровецькому районах.

Для розгляду інших показників ринку праці Хмельницької області сформуємо табл. 3.

Таблиця 3

## Окремі показники ринку праці Хмельницької області у 2016–2018 рр. (за дев'ять місяців)\*

Рік	Середньооблікова чисельність штатних працівників, тис. осіб	Коефіцієнт обороту робочої сили		Середньомісячна заробітна плата		
		по прийому	по звільненню	номінальна		реальна, у % до попереднього року
		у % до середньооблікової кількості штатних працівників		грн	у % до прожиткового мінімуму для працездатних осіб	
2016	214,3	25,9	28,6	4043	252,7	106,9
2017	204,1	28,1	29,4	5938	337,0	128,0
2018	204,1	21,0	21,7	7081	393,1	112,0

\* - сформовано на основі даних [1]

Більш детальний аналіз ситуації на ринку праці Хмельниччини дозволяє зробити висновки про наявність і інших негативних тенденцій. Так, в аналізованому періоді спостерігалось значне скорочення середньооблікової чисельності штатних працівників у області. В цілому за два роки скорочення склало 10,2 тис. осіб, або 4,8 %. Частково це пояснюється передачею частини функцій виробничих систем на аутсорсинг, залученням працівників по договорах підряду, співпрацею з фізичними особами-підприємцями тощо. Проте, з іншого боку, це свідчить і про скорочення чисельності робочих місць, а, отже, стабілізація ситуації у 2018 році є досить позитивною.

Негативна ситуація спостерігається і щодо коефіцієнтів обороту робочої сили Хмельницької області по прийому та звільненню. Зокрема, значення коефіцієнтів обороту по звільненню відчутно перевищують аналогічні показники коефіцієнтів обороту по прийому працівників. Іншими словами, звільняють робітників у області частіше, аніж приймають на роботу. В цьому контексті слід відзначити, що позитивним явищем є, все ж, спадна динаміка значень досліджуваних коефіцієнтів у 2016–2018 рр.

Найбільш позитивною тенденцією ринку праці Хмельниччини є стабільне зростання середньомісячної заробітної плати. Так, якщо у 2016 р. її сума складала 4043 грн, то в 2018 р. – 7081 грн. Отже, за два роки приріст склав 3038 грн або 75,1 %. Тобто спостерігається підвищення рівня оплати праці, що, в свою чергу, сприяло зменшенню чисельності економічно неактивного населення. Однак, зростання показника середньомісячної заробітної плати супроводжується і зростанням заборгованості з її виплати (табл. 4).

Таблиця 4

## Заборгованість з виплати заробітної плати по містах і районах Хмельницької області у 2016–2018 рр. станом на 1 жовтня\*

Місцевість	Рік, тис. грн.			Відхилення за період 2018-2016	Приріст за період, % 2018/2016
	2016	2017	2018		
Хмельницька область	2036,7	6473,3	12933,6	10896,9	535,03
м. Хмельницький	705,1	1034,4	1305,5	600,4	85,15
м. Кам'янець-Подільський	98,0	288,7	6186,1	6088,1	6212,35
м. Славута	23,6	23,6	23,6	0	0
м. Старокостянтинів			373,5	373,5	-
м. Шепетівка			1498,3	1498,3	-
райони					
Білогірський			85,0	85	-
Деражнянський	38,3			-38,3	-100
Летичівський	178,8	227,2	23,2	-155,6	-87,02
Полонський	104,1	3882,4	2647,0	2542,9	2442,75
Славутський	290,5	290,5	155,9	-134,6	-46,33
Старокостянтинівський			37,2	37,2	-
Старосинявський		128,2		0	-
Ярмолинський	598,3	598,3	598,3	0	0

\* - сформовано на основі даних [1]

Так, динаміка заборгованості з виплати заробітної плати у Хмельницькій області характеризується вражаючим зростанням. Якщо у 2016 р. загальна сума заборгованості працівникам по області становила всього 2036,7 тис. грн, то станом на 1 жовтня 2018 року – вже 12933,6 тис. грн в цілому за два роки сума заборгованості зросла на 10896,9 тис. грн, або ж у 5,3 разу. Таку динаміку можна вважати просто катастрофічною. Єдине позитивне явище у цій ситуації – те, що заборгованість по виплаті заробітної плати наявна лише в частині районів області.

Найгірша ситуація спостерігається у містах Хмельницький, Шепетівка та Кам'янець-Подільський, оскільки саме в них зосереджена значна частина виробничих підприємств регіону. Саме ці виробничі підприємства, перебуваючи у стані кризи, формують основні суми заборгованості працівникам по виплаті заробітної плати. Так, у місті Хмельницький станом на 1 жовтня 2018 року вона склала 1305,5 тис. грн, у м. Шепетівка – 1498,3 тис. грн, а у м. Кам'янець-Подільський – 6186,1 тис. грн. При цьому, у Шепетівці борг зафіксований лише у 2018 р., а, отже, існують можливості його швидкого погашення, що не можна сказати про ситуацію в інших містах.

Що стосується районів, то найгірша ситуація спостерігається у Полонському, де на 1 жовтня 2018 р. зафіксована сума заборгованості з виплати заробітної плати в розмірі 2647 тис. грн і, при цьому, за два роки її приріст склав 24 рази. Слід відзначити, що основна сума боргу з'явилася ще у 2017 р. і його навіть вдалося частково погасити, що свідчить про наявність роботи в даному напрямі.

Також не можна вважати позитивною і ситуацію із заборгованістю по виплаті заробітної плати у Ярмолинецькому районі. Її сума не зростає, однак, за три роки вона і не зменшилася, тобто людям вже три роки не здійснюють навіть часткового повернення боргу по заробітній платі.

Серед позитивних тенденцій варто відзначити ситуацію у Летичівському районі, де на протязі досліджуваного періоду було погашено працівникам заборгованість по заробітній платі на 87 % і станом на 1 жовтня 2018 р. борг складає лише 23,2 тис. грн., а, отже, при збереженні наявної тенденції можна очікувати його повного погашення. Також не є критичною ситуація із заборгованістю по виплаті заробітної плати у Білогірському та Старокостянтинівському районах – її суми незначні і виникли лише у 2018 році. Натомість, у Деражнянському та Старосинявському районах заборгованість по виплаті заробітної плати була погашена у рік виникнення.

Отже, підсумовуючи, можемо говорити про те, що головним чинником зростання заборгованості по виплаті заробітної плати у Хмельницькій області є кризова ситуація у промисловому секторі і саме він потребує підтримки, в тому числі і місцевої влади, для виходу з кризи, розвиток конкурентоспроможних напрямів діяльності, освоєння нових ринків і, таким чином, не лише погашення існуючої заборгованості, але й нарощування потужностей та створення нових робочих місць.

Ситуацію з дотримання безпеки праці та виробничим травматизмом на Хмельниччині розглянемо на основі даних табл. 5.

Таблиця 5

**Дотримання законодавства у сфері охорони праці та промислової безпеки  
у Хмельницькій області в 2016–2017 рр.\***

Показник	Рік		Відхилення за період 2017-2016	Приріст за період, % 2017/2016
	2016	2017		
Чисельність працівників на підприємствах піднаглядних суб'єктів господарювання, осіб	381037	379800	-1237	-0,32
Травмовано, осіб	124	122	-2	-1,61
у т.ч. зі смертельним наслідком, осіб	13	12	-1	-7,69
Кількість прихованих нещасних випадків, які були виявлені	0	4	4	-
Чисельність працівників у шкідливих та небезпечних умовах праці, осіб	3740	4200	460	12,3
Кількість працівників, які пройшли медичний огляд	16480	24264	7784	47,23
Випадки підтвердження хронічних професійних захворювань	1	1	0	0

\* - сформовано на основі даних [3]

Станом на кінець 2017 року на підприємствах суб'єктів господарювання, які відносяться до сфери нагляду Державної служби з питань праці у Хмельницькій області, працювало 379800 осіб, що на 0,32 % менше, ніж у 2016 році. При цьому, рівень виробничого травматизму на підприємствах і суб'єктах господарювання з підвищеною небезпекою у 2018 р. склав 0,03 %, а рівень смертності внаслідок виробничого травматизму – 0,003 %. Однак, все ж, смертельні випадки на виробництві в області фіксуються щорічно, хоча й зменшується їх кількість. Так, кількість випадків виробничого травматизму скоротилася на 1,61 %, а смертельного травмування – на 7,69 %.

У шкідливих та небезпечних умовах праці у 2017 році працювали 4200 осіб, що на 460 осіб (12,3 %)

більше, ніж у 2016 році. Отже, зростає чисельність бажаючих працювати в шкідливих і небезпечних для здоров'я умовах, що пояснюється вищим рівнем оплати праці на таких виробництвах. У той же час, протягом досліджуваного періоду було підтверджено лише два випадки отримання хронічного професійного захворювання працівниками – по одному у 2016 р. та 2017 р.

**Висновки.** Ринок праці Хмельниччини протягом останніх років демонструє стабільне зростання чисельності економічно активних осіб та збільшення попиту на робочу силу. Однак, у той же час, найбільшою проблемою регіону є наявність значних дисбалансів у обсягах попиту та пропозиції робочої сили в розрізі міст і областей, що спричиняє зростання чисельності безробітних осіб у районах, віддалених від обласного центру і великих міст. Ще одна проблема в області – існування значних обсягів заборгованості перед працівниками по виплаті заробітної плати, які лише зростають з кожним роком. Якщо у районах цю проблему досить успішно вирішують, то в самому обласному центрі та кількох інших містах області обсяги заборгованості по заробітній платі зростають надто високими темпами.

Що стосується питань безпеки та гігієни праці, то дані засвідчують наявність позитивних тенденцій та зниження рівня травматизму на виробництві і випадків хронічних захворювань, хоча, у той же час, 12 випадків смертельного травматизму на виробництві – це досить великий показник.

З огляду на проведений аналіз, можемо визначити основні шляхи покращення ситуації у сфері праці і соціально-трудових відносин Хмельниччини:

- підтримка місцевих промислових виробників;
- стимулювання створення робочих місць у сільській місцевості, в тому числі внаслідок залучення зовнішніх інвестицій чи субвенцій з обласного бюджету;
- сприяння збільшенню чисельності безробітних осіб, які проходять перепідготовку, підвищення кваліфікації чи освоюють спеціальність, на яку є попит за їх місцем проживання;
- сприяння вирішенню ситуації із заборгованістю по заробітній платі перед працівниками;
- подальше активне здійснення превентивних та контрольних заходів щодо дотримання норм безпеки та гігієни праці на виробництві.

#### Література

1. Головне управління статистики у Хмельницькій області. URL : <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>
2. Хмельницький обласний центр зайнятості. URL : <https://khm.dcz.gov.ua/analytics/70>
3. Управління Держпраці у Хмельницькій області. URL : <http://km.dsp.gov.ua/>

#### References

1. Holovne upravlinnia statystyky u Khmelnytskii oblasti. URL : <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>
2. Khmelnytskyi oblasnyi tsentr zainiatosti. URL : <https://khm.dcz.gov.ua/analytics/70>
3. Upravlinnia Derzhpratsi u Khmelnytskii oblasti. URL : <http://km.dsp.gov.ua/>

Рецензія / Peer review 27.10.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 657.2(477.44)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-40-43

ПІХНЯК Т. А.,

ПІХНЯК О. А.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО АНАЛІЗУ

*У статті визначено роль та місце бухгалтерського балансу як найінформаційнішої форми фінансової звітності. Розглянуто основні напрями та прийоми аналізу для реальної оцінки фінансового стану підприємств. Виокремлено етапи аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюються в процесі поточної діяльності підприємств.*

*Ключові слова: бухгалтерський баланс, активи, зобов'язання, капітал, фінансовий стан, напрями, етапи аналізу, діяльність підприємств.*

ПІХНЯК Т. А.,

ПІХНЯК О. А.

Khmelnitskyi cooperative trade and economic institute

## ACCOUNTING BALANCE OF THE ENTERPRISE AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF ITS ANALYSIS

*The main objective of the paper is to study the theoretical foundations of the analysis of the balance sheet as the main source of information, the definition of the stages of its analysis.*

*To assess the current and forecast financial condition, the directions of the enterprise development, to find out the possibility of increasing the efficiency of work, each company conducts financial analysis. The information that serves as the basis for management decisions is disclosed in the financial statements. The balance sheet is the most informative form of reporting for the analysis and evaluation of the financial condition of the enterprise.*

*The study of the balance sheet provides an opportunity to obtain generalized information on assets and their sources in a cost meter for a certain date, to determine the degree of security of the company's own working capital, to establish at the expense of which articles the amount of working capital has changed, to assess the overall financial status of the enterprise, even without calculating analytical indicators. Actual issues of today are the mastery of the methodology, the sequence of analysis of the balance, which will provide an opportunity to objectively assess the effective state of the activities and develop sound management solutions for identifying and utilizing the reserves for improving the functioning of industrial enterprise registries. In practice, a number of basic techniques for balancing analysis are used: horizontal analysis, vertical analysis, trend analysis, analysis of relative indicators (financial coefficients), comparative analysis, factor analysis. Investigation of various domestic methods of analysis according to the balance sheet and taking into account the requirements for a comprehensive methodology of economic analysis of enterprises, has allowed to justify the sequence of analysis of the balance sheet and to allocate seven main stages: analysis of the currency of the balance sheet, analysis of the balance of assets (analysis of non-current assets, analysis of current assets), analysis of the liabilities balance (equity analysis, analysis of attracted capital, analysis of current liabilities), analysis of the liquidity of the score ns, solvency analysis, financial sustainability analysis, creditworthiness analysis). Significant advantages of the proposed approach to the stage of carrying out the analysis of the balance sheet are: consistency of the methodology of the analysis of the balance sheet with economic decisions, which are taken on its basis; the names of the stages and their elements correspond to the names of the sections and articles of the balance sheet, which ensures the conformity of the procedures of economic analysis and the information source on which it is carried out, ie, the balance sheet; ensuring the correspondence between the methods of calculating analytical indicators and the codes of the lines of the balance sheet, which facilitates the calculation part of the analysis and reduces the time of analytical procedures; the use of commonly used methods for calculating analytical indicators and their normative values to eliminate the ambiguity of the interpretation of individual indicators.*

*The conducted research allows us to assert that the accounting balance itself is the most informative form of reporting for the analysis and evaluation of the financial condition of the enterprise. The seven-step methodology of balance sheet analysis, which is carried out in the process of current activity of enterprises, is proposed and summarized, and advantages of such approach are determined.*

*Key words: balance sheet, assets, liabilities, capital, financial status, directions, stages of analysis, activity of enterprises.*

**Постановка проблеми.** Для оцінки поточного та прогнозного фінансового стану, напрямів розвитку підприємства, з'ясування можливості підвищення ефективності роботи кожне підприємство проводить фінансовий аналіз. Інформація, що виступає основою для прийняття управлінських рішень, відображається у фінансовій звітності. Бухгалтерський баланс є найінформаційнішою формою звітності для здійснення аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. Саме тому, дослідження балансу як основного джерела інформації для проведення аналізу на підприємстві є важливим та актуальним питанням для дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань формування, методики складання та аналізу фінансової звітності, зокрема балансу, присвячена значна кількість праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: В. І. Бачинського, М. Д. Білика, О. Д. Данілова, О. І. Гадзевича, В. П. Завгороднього, Г. Г. Кірейцева, Г. Я. Козака, Є. В. Мниха, Г. В. Нашкерської, О. В. Олійник, М. С. Пушкаря, Г. В. Савицької, О. О. Терещенко, Н. В. Чебанової, М. Г. Чумаченко, А. Д. Шеремета та інших. Значні



здобутки вітчизняних науковців були широко впроваджені в діяльність підприємств різних форм, однак, окремі питання методологічного характеру потребують подальшого дослідження у цій царині.

**Постановка завдання.** Основним завданням статті є дослідження теоретичних основ аналізу бухгалтерського балансу як основного джерела інформації, визначення етапів його аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** Основним джерелом інформації про фінансовий стан підприємства є баланс як невід’ємна складова системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що здатна забезпечити інформаційні потреби різних категорій користувачів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Дослідження бухгалтерського балансу дає можливість одержати узагальнену інформацію про активи і їх джерела у вартісному вимірнику на певну дату, визначити ступінь забезпеченості підприємства власними оборотними коштами, встановити, за рахунок яких статей змінився розмір оборотних коштів, оцінити загальний фінансовий стан підприємства навіть без розрахунків аналітичних показників.

Така інформація вкрай необхідна внутрішнім (менеджери, спеціалісти, працівники підприємства) та зовнішнім (акціонери, кредитори підприємства, податкові служби) користувачам для прийняття рішень.

Згідно НП (С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» баланс (звіт про фінансовий стан) - звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов’язання і власний капітал. Баланс підприємства складається на кінець останнього дня звітного періоду. У балансі відображаються активи, зобов’язання та власний капітал підприємства [1].

Бухгалтерський баланс – є основним звітним документом підприємства, який являє собою моментальний знімок фінансово – господарського стану підприємства на певну дату. Саму процедуру оцінок прийнято називати читанням балансу. Вміння читати баланс – важлива професійна характеристика фінансиста, яка дає йому можливість складати прогнози баланси й управляти найважливішими фінансовими параметрами підприємства. До того ж уміння читати фінансові звіти допомагає фінансовому аналітику скласти правильну думку про фінансовий стан і виробничу діяльність інших компаній [2, с. 70].

Актуальним питанням сьогодення виступає оволодіння методикою, послідовністю аналізу балансу, яка надасть можливість об’єктивно оцінити ефективність господарської діяльності та виробити обґрунтовані управлінські рішення для виявлення та використання резервів покращення функціонування виробничих ресурсів підприємства.

Аналіз фінансової звітності – це процес, за допомогою якого порівнюються результати діяльності підприємства та минулий і теперішній фінансовий стан підприємства [3, с. 41].

Як стверджує Тарасенко О. І., основною метою аналізу бухгалтерського балансу є виявлення так званих слабких статей балансу і відстеження їх динаміки. Наявність «вузьких» місць буде свідчити в першу чергу про неефективну роботу підприємства у досліджуваному періоді і про поганий фінансовий стан, який утворився в результаті незадовільної роботи. Про наявність вказаних проблем будуть свідчити кредиторська заборгованість, прострочені позики, непокриті збитки і т.д.) [4, с. 134].

На основі бухгалтерського балансу фінансові аналітики визначають напрями аналізу підприємства (табл. 1.)

Таблиця 1

**Основні напрями аналізу для реальної оцінки фінансового стану**

Напрями аналізу	Їх змістове наповнення
Аналіз фінансового стану на короткострокову перспективу	Полягає в розрахунку показників оцінки задовільності структури балансу (коефіцієнт ліквідності, забезпеченості власними засобами і можливості відновлення платоспроможності)
Аналіз фінансового стану на довгострокову перспективу	Досліджує структуру джерел надходження коштів, ступінь залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів
Аналіз ділової активності	Критеріями є: широта ринків збуту продукції, репутація підприємства, ступінь виконання виробничого плану

Джерело: систематизовано автором і доповнено за [5]

Практикою аналізу вироблено низку основних прийомів для аналізу (читання) фінансової звітності підприємства, серед яких можна виділити такі:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- трендовий аналіз;
- аналіз відносних показників (фінансових коефіцієнтів);
- порівняльний аналіз;
- факторний аналіз [6, с. 343].

Фінансовий стан – це спроможність підприємства фінансувати свою діяльність. Фінансовий стан

підприємства може бути стійким, нестійким і кризовим. Здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання та фінансувати свою діяльність на принципах розширеного відтворення свідчить про його стійкий фінансовий стан. Його мета – своєчасне дослідження і усунення недоліків у фінансово – господарській діяльності підприємства та виявлення резервів покращення його фінансового стану [7, с. 255-256].

Для вивчення фінансового стану підприємства необхідна інформація про економічні ресурси, що ним контролюються, його фінансову структуру, ліквідність та платоспроможність, а також здатність адаптуватися до змін середовища, в якому воно функціонує [8, с. 155]

У процесі дослідження встановлено, що аналіз бухгалтерського балансу є надзвичайно важливим при визначенні стану та динаміки фінансового стану підприємства, та дозволяє визначити фактори впливу на нього, спрогнозувати його розвиток у майбутньому. Така інформація необхідна, перш за все, при здійсненні поточного управління підприємством для прийняття ефективних тактичних рішень на шляху досягнення стратегічної мети.

Дослідження різних вітчизняних методик проведення аналізу за даними бухгалтерського балансу та врахування вимог до комплексної методики економічного аналізу підприємств, дозволило обґрунтувати послідовність аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюється в процесі поточної діяльності підприємств (табл. 2).

Таблиця 2

Етапи аналізу бухгалтерського балансу на підприємстві

№ етапу	Назва етапу	Показники, які розраховуються
1	2	3
<b>Аналіз активу балансу</b>		
1 етап	Аналіз валюти бухгалтерського балансу	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення валюти балансу
2 етап	Аналіз активу бухгалтерського балансу:	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення за видами активів, частки окремих видів активів у загальній їх вартості, зміни питомої ваги окремих видів активів у загальній вартості активів, рентабельності активів
	а) Аналіз необоротних активів: - основних засобів; - аналіз нематеріальних активів; - аналіз довгострокових фінансових інвестицій	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення необоротних активів та їх видів, частки окремих видів необоротних активів у загальній вартості активів та загальній вартості необоротних активів
	б) Аналіз оборотних активів: - аналіз запасів; - аналіз грошових коштів та їх еквівалентів; - аналіз дебіторської заборгованості	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення оборотних активів та їх видів, частки окремих видів оборотних активів у загальній вартості активів та загальній вартості оборотних активів
<b>Аналіз пасиву балансу</b>		
3 етап	Аналіз пасиву балансу: - аналіз власного капіталу; - аналіз залученого капіталу; - аналіз поточних зобов'язань	Розрахунок абсолютного і відносного відхилення величини власного капіталу та зобов'язань, частки окремих видів власного капіталу та зобов'язань у загальній вартості власного капіталу та зобов'язань, співвідношення власного і залученого капіталу.
<b>Аналіз ліквідності балансу</b>		
4 етап	Аналіз ліквідності балансу	Розрахунок показників ліквідності балансу ( $A1 > П1$ ; $A2 > П2$ ; $A3 > П3$ ; $A4 \leq П4$ )
<b>Аналіз платоспроможності</b>		
5 етап	Аналіз платоспроможності	Розрахунок зміни чистого оборотного капіталу, коефіцієнта абсолютної платоспроможності, коефіцієнта термінової платоспроможності, коефіцієнта проміжної платоспроможності, коефіцієнта загальної платоспроможності

1	2	3
<b>Аналіз фінансової стійкості</b>		
6 етап	Аналіз фінансової стійкості	Розрахунок абсолютних (власного оборотного капіталу, капіталу для формування запасів та покриття витрат) та відносних величин (коефіцієнта автономії, фінансової залежності, фінансового ризику, маневрування власним капіталом, нагромадження амортизації, майна виробничого призначення)
<b>Аналіз кредитоспроможності</b>		
7 етап	Аналіз кредитоспроможності	Розрахунок обсягу, структури та динаміки кредитів, зміни частки довгострокових та короткострокових кредитів, коефіцієнта забезпеченості кредитами

Вважаємо, що суттєвими перевагами запропонованого підходу до етапності проведення аналізу бухгалтерського балансу є: узгодженість методики аналізу бухгалтерського балансу із економічними рішеннями, які приймаються на його основі; назви етапів та їх елементів відповідають назвам розділів та статей бухгалтерського балансу, що забезпечує відповідність процедур економічного аналізу та інформаційного джерела на основі якого він здійснюється, тобто бухгалтерського балансу; забезпечення відповідності між методиками розрахунку аналітичних показників та кодами рядків бухгалтерського балансу, що полегшує розрахункову частину аналізу та скорочує час аналітичних процедур; використання загальноприйнятих методик розрахунку аналітичних показників та їх нормативних значень для усунення багатозначності інтерпретації окремих показників.

Так, діяльність підприємств можна вважати успішною, а фінансовий стан стабільним, якщо виконується низка критеріїв:

- грошові кошти та їх еквіваленти зростають у кінці періоду по відношенню до початку звітного періоду, швидкість їх зростання більша, ніж рівень інфляції;
- оборотні активи демонструють позитивну динаміку зростання у рівних умовах по відношенню до темпів зростання необоротних активів та поточних зобов'язань;
- обсяг та динаміка зростання довгострокового позикового та власного капіталу вище відповідних показників по необоротним активам;
- частина власного капіталу в грошових коштах балансу не перевищує 50%;
- кредиторська та дебіторська заборгованість відповідає за обсягом одна одній;
- у балансі відсутні непокриті збитки [9, с. 88].

**Висновки.** Таким чином, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що саме бухгалтерський баланс є найінформаційнішою формою звітності для проведення аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. Запропоновано та узагальнено у сім етапів методику аналізу бухгалтерського балансу, що здійснюється в процесі поточної діяльності підприємств та визначено переваги до такого підходу.

### Література

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07. 02. 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств/ Гадзевич О. І. – К.: Кондор, 2004. – 180 с.
3. Цигилик І. І., Кропельницька С. О., Мозіль О. І.: Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Навчальний посібник. / Цигилик І. І. – Центр навчальної літератури, 2009 р. – 123 с.
4. Тарасенко І. О. Фінанси підприємств: підручник / І. О. Тарасенко, Н. М. Любенко. – К.: КНУТД, 2015. – 360 с.
5. Крамаренко Г. О., Чорна О. С. Фінансовий аналіз. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
6. Подольська В. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз: підручник / Подольська В. О. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.
7. Склябінська А. І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А. І. Склябінська, С. А. Дружниця, Л. Д. Федорук; за загальною ред. д. е. н., проф. М. П. Войнаренка – Львів: «Новий світ – 2000», 2013. – 342 с.
8. Мякота В. Бухгалтерський облік на малих підприємствах/ Мякота В. – Х.: Видавничий будинок «Фактор», 2004. – 328 с.
9. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

### References

1. On Approval of the National Accounting Standards (Standard) 1 "General Requirements for Financial Statements": Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 07.02.2013 No. 73 [Electronic resource]. - Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

- 
2. Gadzevich O. I. Fundamentals of Economic Analysis and Diagnostics of Financial-Economic Activity of Enterprises / Gadzevich O. I. – K. : Condor, 2004. – 180 p.
  3. Tsigilik I.I., Kropelnitskaya S.O., Moszyl OI. : Economic analysis of economic activity of the enterprise: A manual. / Tsigilik I.I. – Center for Educational Literature, 2009 – 123 p.
  4. Tarasenko I.O. Finances of enterprises: textbook / I.O. Tarasenko, N.M. Lyubenko. – K. : KNUTD, 2015. – 360 p.
  5. Kramarenko G. O., Chornaya O. Y. Financial analysis. Textbook. – K. : Center for Educational Literature, 2008. – 392 p.
  6. Podolskaya VO, Yarysh O. V. Financial Analysis: Textbook / Podolskaya V.O. – K. : Center for Educational Literature, 2007. – 488 p.
  7. Sklyabinskaya A.I. Financial Analysis: Teach. manual [for the studio. higher tutor eng.] / A.I. Sklyabinskaya, S.A. Druznița, L.D. Fedoruk; for general ed. D.Sc., Prof. M.P. Voynarenko – Lviv: "New World - 2000", 2013. – 342 pp.
  8. Myakota V. Accounting for small enterprises / Myakota V. – Kh. : Publishing house «Factor», 2004. – 328 p.
  9. Savitskaya GV Analysis of economic activity of the enterprise: 2nd ed., Pererab. and add – M. : INFRA-M, 2009. – 536 p.

Рецензія / Peer review 12.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 658.7:338

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-45-48

САВІН С. Ю.,  
БРЄЄВА Є. М.

Херсонський національний технічний університет

## РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, які обумовлюють зміну акцентів управління з виробничих на соціально-економічні, оскільки центральною ланкою будь-якого підприємства становиться людина, виникає велика кількість перешкод, пов'язаних із особливостями реалізації управлінських рішень.*

*Характерною ознакою сучасного розвитку суб'єктів господарювання є відсутність стійкої рівноваги, що обумовлене експоненціальним зростанням економічних загроз та їх багатовекторністю, прискоренням випадкових флуктуацій в економіці, наростання хаосу і невизначеності. Забезпеченню результативності управлінських рішень перешкоджають застарілі підходи до визначення рівня результативності, а також розбалансованість наукових думок щодо сутності результативності управлінських рішень.*

*У статті розкрито сутність поняття «результативність». Досліджено наукові підходи до проблеми формування методичного інструментарію системного моніторингу та комплексної оцінки результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації соціально-економічних систем. Визначено позитивні наслідки підвищення результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації господарюючих суб'єктів, як соціально-економічних систем*

*Ключові слова: результативність, адаптація, соціально-економічна система, антикризова стійкість, економічна безпека, інституційне середовище.*

SAVIN S.,  
BREEVA Y.

Kherson National Technical University, Kherson, Ukraine

## EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT DECISIONS IN THE CONTEXT OF STRATEGIC ADAPTATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

*With the rapid development of information technology, which causes a change in the emphasis of management from production to socio-economic, as the central link of any enterprise is a person, there are many obstacles associated with the implementation of management decisions.*

*A characteristic feature of modern development of economic entities is the lack of stable equilibrium, due to the exponential growth of economic threats and their multi-vector nature, the acceleration of random fluctuations in the economy, increasing chaos and uncertainty. Ensuring the effectiveness of management decisions is hampered by outdated approaches to determining the level of effectiveness, as well as the imbalance of scientific opinions on the essence of the effectiveness of management decisions.*

*The article describes the essence of the concept of "effectiveness".*

*The scientific approaches to the problem of the formation of methodical tools of system monitoring and integrated assessment of the effectiveness of managerial decisions in the context of strategic adaptation of socio-economic systems have been researched.*

*The modern signs of the development of business entities are described.*

*The relevance of problems in the conditions of rapid development of information technologies is substantiated.*

*The positive effects of increasing the effectiveness of managerial decisions in the context of strategic adaptation of economic actors, as socio-economic systems*

*Key words: effectiveness, adaptation, socio-economic system, anti-crisis stability, economic security, institutional environment.*

**Вступ.** В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, які обумовлюють зміну акцентів управління з виробничих на соціально-економічні, оскільки центральною ланкою будь-якого підприємства становиться людина, виникає велика кількість перешкод, пов'язаних із особливостями реалізації управлінських рішень.

Характерною ознакою сучасного розвитку суб'єктів господарювання є відсутність стійкої рівноваги, що обумовлене експоненціальним зростанням економічних загроз та їх багатовекторністю, прискоренням випадкових флуктуацій в економіці, наростання хаосу і невизначеності. Забезпеченню результативності управлінських рішень перешкоджають застарілі підходи до визначення рівня результативності, а також розбалансованість наукових думок щодо сутності результативності управлінських рішень.

**Постановка завдання.** Розкрити сутність поняття «результативність» та дослідити наукові підходи до проблеми формування методичного інструментарію системного моніторингу та комплексної оцінки результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації соціально-економічних систем.

**Результати дослідження.** Аналіз поглядів зарубіжних та вітчизняних науковців свідчить про відсутність єдиного щодо сутності категорії «результативність». Одні з них розглядають «результативність»

як синонім «ефективності», другі вважають, що «результативність» це складова «ефективності», треті розглядають «результативність» як самостійну категорію [1, 4, 6, 7]. До того ж мало авторів розглядають управлінську сутність результативності. Деякі автори розглядають результативність у контексті запобігання їх втрат [2, 3]. Але ці втрати необхідно розглядати у стратегічному періоді. Заслужують на увагу наукові підходи, у відповідності з якими результативність управлінських рішень розглядається як динамічна узгодженість економічних результатів із системою господарських цілей, збалансованих між собою через використані для їхнього досягнення ресурси [1, 4, 5]. Але в такому контексті не враховується взаємодія підприємства, як соціально-економічної системи, із ринковим середовищем.

На думку авторів результативність доцільно розглядати з позицій реалізації господарських цілей за умови адаптації діяльності підприємства до ринкового середовища. Досягнення кожної конкретної цілі, виходячи зі змісту та призначення, зумовлює використання певних ресурсів з певною їх комбінацією, при цьому один ресурс може забезпечувати декілька цілей підприємства, але підприємство не завжди має достатню кількість ресурсів для досягнення всіх поставлених цілей, тому основою формування цілей є наявність на підприємстві певної кількості ресурсів. Тобто результативність може бути досягнута за рахунок використання ресурсів.

Спроби вирішувати окремі аспекти системної проблеми формування методичного інструментарію системного моніторингу та комплексної оцінки результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації соціально-економічних систем здійснювали багато вітчизняних та зарубіжних вчених.

Так, Шандова Н.В. розробила інструментарій забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств в довгостроковій перспективі, який можна розглядати складовою результативності [8]. Але зазначений підхід не дозволяє у повній мірі вирішувати питання адаптації підприємств до зовнішнього середовища. Наумов О.Б. запропонував організаційно-управлінські інструменти інтегративної взаємодії суб'єктів господарювання всіх форм власності й узгодження їх дії з регуляторною дією ринкових, суспільних й державних інститутів, що дозволяє підвищувати рівень стратегічної адаптації підприємств [9]. Зайцева О.І. надала характеристику процесів ринкової самоорганізації та обґрунтувала можливості соціально-економічних систем адаптуватися до них [10]. Корчевська Л.О. розробила методичні підходи до оцінювання результативності управління економічною безпекою підприємства в контексті стратегічної адаптації [11]. Джерелок Ю.О. сформулировала теоретичні засади системного забезпечення антикризової стійкості підприємств, як складової результативності, в умовах конкурентного середовища з метою подолання структурних асиметричних перекосів [12]. Глинська А.Є. запропонувала інноваційний базис результативності управлінських рішень [13]. Савіна Г.Г. розглядає управлінські дії та їхню результативність у соціальній площині та надає рекомендації щодо впливу на поведінку персоналу з метою усунення внутрішніх конфліктів на підприємствах [14].

Пилипенко А.А. [1], Наумова Л.М. [2] у своїх роботах єдині у думці, що забезпечити стійкий розвиток підприємств можливо за рахунок координації їх діяльності та узгодження інтересів. Вирішення проблем вони вбачають у формуванні мережових інтегрованих структур, які дозволять координувати дії бізнесу, влади й суспільства у вирішенні соціально-економічних проблем.

Смолякова О.М. [3] пропонує методичне забезпечення визначення і прогнозування рівня економічної стійкості підприємства, визначає вплив факторів зовнішнього середовища на економічну стійкість підприємств та виявляє дестабілізуючі фактори; розглядає заходи щодо збереження економічної стійкості підприємства. Пожурева Т.О. [4] пропонує методологічний підхід до антикризового управління на підґрунті забезпечення економічної захищеності підприємства, що спирається на результат співвідношення його інновацій та обсягу інноваційних ресурсів, які необхідні для досягнення економічної стійкості з використанням контролінгу в системі антикризового менеджменту.

Бояринова К.О. у своїх працях приділяє увагу адаптивності підприємств до інноваційних змін [5], також інноваційній складовій присвячені праці Войтун Т.В., яка досліджує основи інноваційної адаптивності підприємств [6]. У зазначених працях адаптивність розглядається у короткостроковому періоді. Науково-методичні підходи до оцінки стратегічної адаптивної позиції підприємства сформовані Гарафоновою О.І. [7]. Черняк Г.М. Визначено, що без проведення адаптаційних заходів підприємство не може вчасно реагувати на зміни середовища, внаслідок чого стає вразливим до внутрішніх та зовнішніх загроз, що викликає необхідність визначити результативність адаптивних заходів [15].

Бойко А. [16] розглядає адаптивність як здатність змінювати параметри та функції при зовнішніх впливах для забезпечення самого існування системи. Якименко-Терещенко Н.В. та Кожуріна Л.С. [17] розглядають систему адаптивного управління підприємством як сукупність принципів, інструментів і технологій прийняття і виконання збалансованих управлінських рішень, які реалізуються за допомогою механізму адаптації. У всіх наведених працях результативність та адаптивність розглядаються як ізольовані, не пов'язані між собою категорії. В той же час слід усвідомлювати, що прийняття управлінських рішень завжди має двоїсті наслідки, тобто забезпечуючи у коротко- та середньостроковому періоді певні позитивні результати, підприємство одночасно забезпечує стратегічну адаптацію. Це доводить необхідність пов'язувати комплекс показників результативності управлінських дій з показником адаптивності в стратегічному періоді.

Забезпечення результативності управлінських рішень визначається наявністю науково-прикладного інструментарію випереджального управління розвитком соціально-економічних систем, спрямованого на усунення невизначеностей середовища й враховуючого взаємозв'язки глобальних, макроекономічних факторів, що формують бізнес-середовище підприємств, тенденції зміни економічних процесів у галузях промисловості й специфіку розвитку підприємств в умовах постіндустріальної економіки.

Розробка та впровадження науково-прикладного інструментарію випереджального управління без втрати гнучкості управління й можливістю збалансованого урахування вимог усіх зацікавлених сторін дозволяє зробити правильний вибір адаптаційної стратегії соціально-економічної системи. Моніторинг, діагностика та оцінка основних загроз досягнення цілей розвитку соціально-економічних систем, здійснення яких можливе з використанням випереджального аналізу факторів ризику дозволить визначити напрями підвищення результативності, на яких необхідно зосередити управлінські ресурси підприємства.

Узгодження управлінських рішень суб'єктів соціально-економічних відносин із напрямками розвитку інституційного середовища їх функціонування, спрямоване на подолання інституційних дисбалансів їх розвитку, зменшення ризику діяльності, підвищення рівня економічної безпеки функціонування, забезпечення дотримання інтересів економічних суб'єктів, влади та суспільства, в кінцевому рахунку підвищить рівень стратегічної адаптації соціально-економічних систем.

Висока адаптивність соціально-економічних систем сприяє підвищенню результативності господарської діяльності та посиленню їх конкурентних позицій в умовах ринкової самоорганізації. В свою чергу, підвищення результативності управлінських рішень щодо системного забезпечення антикризової стійкості соціально-економічних систем сприятиме стратегічній адаптації до умов конкурентного середовища через подолання структурних асиметричних перекосів, а підвищення управлінської уваги до інноваційної складової результативності управлінських рішень сприятиме стратегічній адаптації соціально-економічних систем в сучасних умовах.

**Висновки.** Таким чином, усвідомлення сутності результативності, яке полягає в ступені реалізації господарських цілей за умови адаптації діяльності підприємства до ринкового середовища, дозволяє розробляти доцільні управлінські заходи щодо розподілу управлінських ресурсів, узгодження управлінських рішень суб'єктів соціально-економічних відносин із напрямками розвитку інституційного середовища їх функціонування, посилення їх конкурентних позицій підприємства.

### Література

1. Пилипенко А.А. Сценарний підхід до обґрунтування стратегії стійкого розвитку інтегрованої структури бізнесу / А.А. Пилипенко, І.В. Ялдин // Ефективна економіка. – 2015. – №6. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5016>
2. Наумова Л.М. Наукові засади формування інноваційної моделі розвитку регіональних індустріально-аграрних інтегрованих структур / Наумова Л.М. // Економічні інновації. – 2015. – № 60. – Книга II. – С. 35-40.
3. Смолякова О. М. Методичне забезпечення оцінювання рівня економічної стійкості підприємств та його прогнозування / О. М. Смолякова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки». – 2015. – Вип. 15. – Ч. 3. – С. 113–117.
4. Пожувєва Т.О. Антикризисне управління – основа забезпечення економічної захищеності підприємства / Т.О. Пожувєва // Науковий вісник Буковинського Державного фінансово-економічного університету. Економічні науки: 36. наук. праць. – Чернівці: БДФЕУ, 2014. – С. 241–248.
5. Бекмурзіна А. М., Бояринова К. О. Адаптивність виробничо-економічної системи підприємства до інноваційних змін / А. М. Бекмурзіна, К. О. Бояринова // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І.Сікорського "Актуальні проблеми економіки та управління". – 2016. – №10. – С. 56-61.
6. Войтун Т. В. Інноваційна адаптивність: економічний зміст, основні підходи до трактування / Т. В. Войтун // Економіка та держава. – 2014. – №1. – с. 92-94.
7. Гарафонова О.І. Scientific and methodological approaches to assessing strategic position enterprise // Науковий Вісник Полісся. Науковий економічний журнал. – №3 (7). – Чернівці: 2016. – С. 266-270.
8. Шандова Н.В. Сценарний підхід до визначення напрямків розвитку підприємства / Н.В. Шандова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, 2017. - №1(79). –С.165-169.
9. Наумов О.Б. Концептуальні засади інституційного регулювання стратегічного розвитку агропромислового виробництва в Україні / О. Б. Наумов // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. - 2017. - № 2. - С. 33-38
10. O.I Zaitseva, VO Vetina. Scientific and methodological approaches to the incorporation adaptation potential in enterprise management system strategic
11. Korchevska L. O. Periodization of the stages of the formation and development of knowledge about economic security of enterprise / L. O. Korchevska // Międzynarodowy Zbiór prac naukowych «Współpraca Europejska». – 2015. – Vol. 1(1) . – P. 54–65
12. Dzhereliuk I. O. The system approach to the assessment of anti-crisis sustainability of the enterprise / G. G. Savina, I. O. Dzhereliuk // Науковий вісник Полісся. – 2018. – № 1(13). – Ч. 2. – С. 36–40.
13. Глинська А. Е. Ефективні цілі як обов'язкова умова досягнення результативності управління / А. С. Глинська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Науковий журнал.-Хмельницький, 2015.-№2, Т.2 -С. 292-296.
14. Савіна Г.Г. Соціальні аспекти забезпечення ефективності менеджменту організації/ Г.Г., Савіна, А.М., Щербина, Е.І.Бочкарева // Вісник Хмельницького національного університету. 2014. – №5. – Т.2. – С. 180-182.
15. Черняк Г.М. Адаптація до умов зовнішнього середовища як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства / Г.М. Черняк // Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право. - Вип.1, - 2014. –С.199-201.
16. Бойко А. Концептуалізація стійкості національної економіки / А. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2014. – № 1. – С. 5-19.
17. Якименко-Терещенко Н.В., Кожуріна Л.С. Адаптивне управління підприємством в сучасних умовах: мета і механізм реалізації/ Н.В. Якименко-Терещенко, Л.С. Кожуріна // «Молодий вчений». - № 6 (46). - 2017. – С.535-537.

### References

1. Pylypenko A.A. Stsenarnyi pidkhdid do obgruntuvannya stratehii stiikoho rozvytku intehrovanoi struktury biznesu / A.A. Pylypenko, I.V. Yaldin // Efektyvna ekonomika. – 2015. – №6. Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5016>

2. Naumova L.M. Naukovi zasady formuvannya innovatsiinoi modeli rozvytku rehionalnykh industrialno-ahrarykh intehrovanykh struktur / Naumova L.M. // *Ekonomichni innovatsii*. – 2015. – № 60. – Knyha II. – S. 35-40.
3. Smoliakova O. M. Metodychne zabezpechennia otsiniuvannia rivnia ekonomichnoi stiikosti pidpriemstv ta yoho prohnozuvannia / O. M. Smoliakova // *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii: «Ekonomichni nauky»*. – 2015. – Vyp. 15. – Ch. 3. – S. 113–117.
4. Pozhuieva T.O. Antykrizove upravlinnia – osnova zabezpechennia ekonomichnoi zakhyschenosti pidpriemstva / T.O. Pozhuieva // *Naukovyi visnyk Bukovynskoho Derzhavnogo finansovo-ekonomichnogo universytetu. Ekonomichni nauky: Zb. nauk. prats.* – Chernivtsi: BDFEU, 2014. – S. 241–248.
5. Bekmurzina A. M., Boiarynova K. O. Adaptivnist vyrobnycho-ekonomichnoi systemy pidpriemstva do innovatsiinykh zmin / A. M. Bekmurzina, K. O. Boiarynova // *Zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh fakultetu menedzhmentu ta marketynhu KPI im. I.Sikorskoho "Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia"*. – 2016. – №10. – S. 56-61.
6. Voitun T. V. Innovatsiina adaptivnist: ekonomichniy zmist, osnovni pidkhody do traktuvannia/ T. V. Voitun // *Ekonomika ta derzhava*. – 2014. – №1. – s. 92-94.
7. Harafonova O.I. Scientific and methodological approaches to assessing strategic position enterprise // *Naukovyi Visnyk Polissia. Naukovyi ekonomichnyi zhurnal*. – №3 (7). – Chernihiv: 2016. – S. 266-270.
8. Shandova N.V. Stsenarniy pidkhid do vyznachennia napriamkiv rozvytku pidpriemstva / N.V. Shandova // *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 2017. - №1(79). –S.165-169.
9. Naumov O.B. Kontseptualni zasady instytutsiinoho rehulivannia stratehichnogo rozvytku ahropromysloвого vyrobnytstva v Ukraini / O. B. Naumov // *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnogo universytetu*. - 2017. - № 2. - S. 33-38
10. O.I Zaitseva, VO Betina. Scientific and methodological approaches to the incorporation adaptation potential in enterprise management system strategic
11. Korchevska L. O. Reriodization of the stages of the formation and development of knowledge about economic security of enterprise / L. O. Korchevska // *Międzynarodowy Zbiór prac naukowych «Współpraca Europejska»*. – 2015. – Vol. 1(1) . – R. 54–65
12. Dzhereliuk I. O. The system approach to the assessment of anti-crisis sustainability of the enterprise / G. G. Savina, I. O. Dzhereliuk // *Naukovyi visnyk Polissia*. – 2018. – № 1(13). – Ch. 2. – S. 36–40.
13. Hlynska A. Ye. Efektyvni tsili yak oboviazkova umova dosiahnennia rezultatyvnosti upravlinnia / A. Ye. Hlynska // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky. Naukovyi zhurnal. -Khmelnyskyi, 2015.-№2, T.2 -S. 292-296.*
14. Savina H.H. Sotsialni aspekty zabezpechennia efektyvnosti menedzhmentu orhanizatsii/ H.H., Savina, A.M., Shcherbyna, E.I.Bochkareva // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu*. 2014. – №5. - T.2. – S. 180-182.
15. Cherniak H.M. Adaptatsiia do umov zovnishnogo seredovyscha yak instrument zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva /H.M. Cherniak//*Visnyk Donetskoho natsionalnogo universytetu. Serii V. Ekonomika i pravo.- Vyp.1, - 2014. –S.199-201.*
16. Boiko A. Kontseptualizatsiia stiikosti natsionalnoi ekonomiky / A. Boiko // *Visnyk KNTEU*. – 2014. – № 1. – S. 5-19.
17. Yakymenko-Tereshchenko N.V., Kozhurina L.S. Adaptivne upravlinnia pidpriemstvom v suchasnykh umovakh: meta i mekhanizm realizatsii/ N.V. Yakymenko-Tereshchenko, L.S. Kozhurina// *«Molody vchenyi»*. - № 6 (46). - 2017. – S.535-537.

Рецензія / Peer review 19.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018



УДК 339.5

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-49-51

ГВОЗДЕЦЬКА І. В.,

ГАДЖУК С. В.

Хмельницький національний університет

## ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

*У статті описано особливості здійснення електронної комерції у межах світового господарства, розглянуто особливості впливу глобалізації на ведення міжнародного бізнесу, визначено причини і наслідки такого впливу. Прیدілено увагу інформатизації та розвитку електронної комерції, як процесів, що тісно пов'язані з глобалізацією. Узагальнено перелік маркетингових інструментів, що використовуються в електронній комерції. Проаналізовано фактори, що впливають на розвиток даного виду діяльності. Визначено перелік основних можливостей, зумовлених глобалізацією та розвитком електронної комерції та доцільність застосування системи електронної комерції у сучасних бізнес-проектах.*

*Ключові слова: електронна комерція, електронна торгівля, всесвітня мережа Інтернет, інтернет-технології, маркетингові комунікації, міжнародний бізнес, споживач.*

GVOZDETSKA I.,

GADJUK S.

Khmelnitsky National University

## ELECTRONIC COMMERCE AS A FORM OF MANAGEMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS

*The article describes the peculiarities of the implementation of e-commerce within the global economy, features of the impact of globalization on the conduct of international business are considered, the causes and consequences of such influence are determined. One of the important signs of the modern development of the world economy is the deployment of processes of globalization, which affect the system of international economic relations, determine the trends and trends of national economies. Attention is paid to informatization and development of e-commerce as processes, which are closely related to globalization. With the help of information and communication technologies it became possible to have more optimized international business. A list of marketing tools used in e-commerce is summarized. The current state of international business is the result of many years of international trade. Historical experience of conducting international business, shows the use of its various forms of manifestation. The factors influencing the development of this type of activity are analyzed. The list of main opportunities caused by globalization and development of e-commerce and the feasibility of using the e-commerce system in modern business projects is determined.*

*Keywords: E-Commerce, World Wide Web, Internet Technology, Marketing Communications, International Business, Consumer.*

**Постановка проблеми.** Однією з важливих ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які впливають на систему міжнародних економічних відносин, визначають напрями і тенденції розвитку національних економік. Сучасний стан міжнародного бізнесу є результатом багатовікового розвитку міжнародної торгівлі. Історичний досвід ведення міжнародного бізнесу, свідчить про використання його різних форм прояву. За допомогою інформаційно-комунікативних технологій стало можливим більш оптимізоване ведення міжнародного бізнесу, в тому числі електронної комерції. Більш детального дослідження вимагає виявлення актуальних тенденцій розвитку форм міжнародного бізнесу саме в контексті електронної комерції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Ринку інформаційних послуг присвячено праці багатьох учених: Н. Апатової, І. Балабанової, В. Гейця, Т. Затонацької, Ю. Лисенка, В. Міщенко, В. Плескач, А. Чухна, О. Юрасова. Серед науковців, які досліджують пов'язані з міжнародним бізнесом актуальні проблеми глобалізації економічного розвитку слід виділити відомих учених-економістів: В. Андрійчука, О. Білоруса, А. Гальчинського, А. Кредісова, Д. Лук'яненко, Ю. Макогона, С. Мочерного, В. Новицького, Є. Панченка, А. Поручника, А. Румянцева, В. Сіденка, К. Сіммондса, К. Тернера, Б. Тойна, І. Школу та інших.

**Метою написання статті** є комплексне дослідження засад здійснення сучасної електронної комерції в умовах ведення міжнародного бізнесу. Саме вплив явища електронної комерції на світове господарство, що спричинило його трансформацію, та про виникнення новітніх засобів взаємодії між учасниками ринку буде розглянуто у статті.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація і розвиток електронної комерції суттєво розширили перелік маркетингових засобів, що традиційно застосовуються для залучення споживачів, утримання їх уваги та стимулювання збуту. А суб'єкти господарювання, які першими почали використовувати глобальну мережу для ведення електронної комерції, отримали ряд конкурентних переваг, а також швидкий доступ до інформації та ресурсів. Процес нестримної глобалізації ринків чи окремих їх сегментів був спричинений збільшенням доступу потенційних споживачів до мережі Інтернет, що уможливило транскордонну комунікацію. Під комунікацією (це четвертий елемент маркетинг-міксу) слід розуміти процес ефективного донесення інформації про товар чи ідеї до цільової аудиторії.

Розвиток інформаційних технологій докорінно змінив підхід організаційних структур до своєї діяльності та поклав основу для підприємництва у сфері Інтернет, що отримало назву «електронна комерція». Доступ до ресурсів глобальних інформаційних мереж відкрив нові можливості для електронної комерції. На сучасному етапі розвитку господарських зв'язків саме функціонування інформаційних мереж обумовлює правові та економічні засади життя соціуму – наступає ера міжнародної електронної комерції.

Сьогодні в електронній комерції спостерігаються процеси лавиноподібного розвитку, інституціоналізації, що проявляються через закріплення неформальних норм і правил поведінки. Цей процес йде на рівні покупців, підприємців і малого бізнесу, оскільки їх потенціал попиту в сукупності набагато перевищує потенціал середнього бізнесу [1].

Перелік конкретних інструментів та засобів здійснення електронної комерції динамічно змінюється і розширюється. Це пов'язано як зі зміною поколінь споживачів, що відбувається відносно повільно, так і з розвитком технологій та стандартів роботи забезпечуючих служб, таких як пошуковики, засоби, що забезпечують можливості цільової і контекстної реклами, сервіси для обробки та аналізу інформації на різних ресурсах тощо.

Електронна комерція (E-commerce, Інтернет-торгівля, електронна торгівля) – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Також під електронною комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту [4, с. 112]. Ведення бізнесу засобами електронної комерції ґрунтується на використанні електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та зміни відносин із створення вартості між організаціями та організаціями й індивідами. Комунікація в системі міжнародних відносин являє собою сукупність форм реалізації зв'язків усередині системи міжнародних відносин, що відображає передачу по певному каналу будь-яких об'єктів навколишньої реальності від одного суб'єкта до іншого, що приймає дані об'єкти [3, с. 239].

Основними завданнями маркетингових комунікацій в межах здійснення електронної комерції є [1]:

інформування (переважає на етапі виведення товару на ринок, коли стоїть завдання створення первинного попиту) – повідомлення ринку про новинку чи про нове застосування існуючого товару, інформування про зміну ціни, пояснення принципів дії товару, опис послуг, що здійснюються, виправлення неправильних уявлень чи розсіювання побоювань споживача, формування образу фірми;

умовляння (переважає на етапі росту, коли стоїть завдання формування вибіркового попиту) – формування переваги до товару, заохочення до переключення на інший товар, зміна сприйняття споживачем властивостей товару, переконання споживача не відкладаючи зробити покупку, переконання споживача прийняти торгового агента. Порівняльна реклама прагне затвердити переваги однієї марки за рахунок порівняння її з однією чи декількома марками в рамках товарного класу;

нагадування (переважає на етапі зрілості, щоб змусити споживача згадати про товар) – нагадування споживачам про те, що товар може знадобитися їм у найближчому майбутньому, нагадування споживачам про те, де можна купити товар, утримання товару в пам'яті споживачів у періоди міжсезоння, підтримка поінформованості про товар на вищому рівні. Також є підкріплювальна реклама, що прагне запевнити нинішніх покупців у правильності зробленого вибору.

Загалом до можливостей маркетингу, пов'язаних з глобалізацією та розвитком електронної комерції слід віднести доступність споживача будь-де і будь-коли. Тут не йдеться про конкретну особу, а про узагальнений образ. Глобалізація дала змогу стандартизувати певні принципи роботи інтернет-маркетологів, етику електронної взаємодії, розширила можливості пошуку роботи. Розвиток цифрової комерції призвів до появи нових інструментів веб-аналітики, а також інструментів автоматизації роботи з клієнтами на різних стадіях їх готовності до купівлі, що було неможливо у доцифрову еру. Ще однією можливістю стало більш детальне відслідковування післяпродажного «життя» товару і рівня задоволеності споживачів. Розширились можливості використання рекомендацій задоволених клієнтів. Стабільно зростає попит на сервіси зберігання і обробки інформації он-лайн.

Найкраще механізм електронної комерції проявляється у наступних функціях:

- реклама – традиційно покликає залучити якомога більшу кількість потенційних споживачів, передати маркетингову інформацію цільовому сегменту;

- демонстрація товару – фактично є показом продукції через засоби Інтернету (фото, відео, 3D-графіка);

- транзакції – швидкі та безпечні розрахунки, варіанти доставки;

- післяпродажне обслуговування – допомога, що надається клієнтові і у разі оформлення покупки, і після її здійснення;

- налагодження довгострокових відносин з клієнтом (вивчення переваг і смаків, постійний зв'язок із цільовою аудиторією та аналіз попиту).

Задоволеність споживача на електронному ринку залежить як від технічного стану споживчого інтерфейсу (його безпеки, надійності, швидкодії, простоти, якості втримування, безпеки та надійності системи платежів), так і маркетингових аспектів цього інтерфейсу (привабливості використовуваних стратегій ціноутворення, якості обслуговування, надійності логістичної підтримки). Задоволеність

споживача проведеною операцією на електронному ринку сприяє не тільки повторним покупкам, але й створює довіру до електронного бізнесу, яка підтримується репутацією підприємства і якістю його комунікацій.

Під суб'єктом комунікації в системі ведення міжнародного бізнесу пропонується розуміти безліч явищ даної системи, що володіють можливістю і здатністю за відповідних умов передавати або приймати різні субстанції системи міжнародних відносин [3].

Об'єктами комунікації в системі ведення міжнародного бізнесу пропонується розглядати безліч матеріальних і нематеріальних субстанцій навколишньої реальності, які можуть передаватися будь-яким чином між суб'єктами взаємодії в системі міжнародних відносин, наприклад відомості та сигнали, мінерально-сировинні ресурси, енергія, технології, культурні та інші духовні і матеріальні об'єкти [3].

Проте загалом комунікації можна поділити на рекламні інструменти, інструменти продажу, засоби взаємодії та післяпродажної комунікації (включаючи відслідковування зворотного зв'язку, ділові комунікації), інструменти, що дозволяють створювати і підтримувати певні спільноти і групи за інтересами, інструменти, що дозволяють налагодити ремаркетинг, засоби веб-аналітики.

**Висновки.** Отже, серед особливостей міжнародного бізнесу, пов'язаних з глобалізацією та розвитком цифрової електронної комерції слід виділити його цілісність, динамічність, високу ефективність при правильній організації, системність, систематичність, оперативність, можливість легко взаємодіяти з іншими видами діяльності, високу адаптивність та наявність широкого набору інструментів для аналітики. Вузкоспеціалізоване підприємство може ігнорувати вплив глобальних тенденцій та розвиток електронної комерції доти, доки коло його споживачів обмежується ближньою торгівельною зоною і їх притік забезпечений стабільною конкурентною перевагою. Проте у довгостроковій перспективі підприємствам доведеться пристосовуватись до змін споживчих звичок і смаків, зумовлених, глобальними тенденціями для підвищення ефективності бізнесу, набуття стійких конкурентних переваг, зниження загальних витрат.

### Література

1. Дергачова В.В. Глобалізація бізнесу та Інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: [монографія] / В. В. Дергачова, О. О. Скибіна / Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. -Донецьк, 2007. – 216 с.
2. Калужский М. Л. Практический маркетинг / М. Л. Калужский. – С.Пб. : Питер, 2012. – 172 с.
3. Магадеев И.Э. Межгосударственная коммуникация и «дилемма безопасности» на этапе становления Версальской системы международных отношений в начале 1920-х гг. / И.Э. Магадеев // Исторические записки: международный сборник научных трудов. – Пенза : ГУМНИЦ, 2010. – Вып. 14. – С. 234–250.
4. Маєвська А. А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник / А. А. Маєвська. – Х. : 2010. – 256 с.
5. Лук'яненко Д. Г. Стратегії глобального управління / Д. Г. Лук'яненко, Т. В. Кальченко // Міжнародна економічна політика. – 2009. – № 8–9. – С. 5–43.
6. Чуйко Н.В. Електронна комерція: теоретико -правові засади та сучасний стан в Україні / Н. В. Чуйко, В. М.Полях, Н. М. Кривошеєва, В. М. Ключко // Науковий журнал «Економічні науки». – 2017. –№5. –С. 11–17.
7. How Ecommerce creates jobs and reduces income inequality [Електронний ресурс] // Progressive Policy Institute. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI\\_ECommerceInequality-final](http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI_ECommerceInequality-final).
8. E-Commerce and E-Business [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://en.wikibooks.org/wiki/Main\\_Page](https://en.wikibooks.org/wiki/Main_Page).

### References

1. Derhachova V.V. Hlobalizatsiia biznesu ta Internet-marketynh: perspektyvy i problemy: [monohrafiia] / V. V. Derhachova, O. O. Skybina / Don DUET im. M. Tugan-Baranovskoho. -Donetsk, 2007. – 216 s.
2. Kaluzhskiy M. L. Praktycheskiy marketynh / M. L. Kaluzhskiy. – S.Pb. : Pyter, 2012. – 172 s.
3. Mahadeev Y.Э. Mezhhosudarstvennaia kommunykatsiya u «dylemma bezopasnosty» na etape stanovleniya Versalskoi systemy mezhdunarodnykh otoshneniy v nachale 1920-kh hh. / Y.Э. Mahadeev // Ystorycheskye zapysky: mezhdunarodnyi sbornyk nauchnykh trudov. – Penza : HUMNYTs, 2010. – Вып. 14. – S. 234–250.
4. Maievska A. A. Elektronna komertsii i pravo: navch.-metod.. posibnyk / A. A. Maievska. – Kh. : 2010. – 256 s.
5. Lukianenko D. H. Stratehii hlobalnoho upravlinnia / D. H. Lukianenko, T. V. Kalchenko // Mizhnarodna ekonomichna polityka. – 2009. – № 8–9. – S. 5–43.
6. Chuiko N.V. Elektronna komertsii: teoretyko -pravovi zasady ta suchasnyi stan v Ukraini / N. V. Chuiko, V. M.Poliakh, N. M. Kryvosheieva, V. M. Klochko // Naukovyi zhurnal «Ekonomichni nauky». – 2017. –№5. –S. 11–17.
7. How Ecommerce creates jobs and reduces income inequality [Elektronnyi resurs] // Progressive Policy Institute. – 2017. – Rezhymdostupudoresursu: [http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI\\_ECommerceInequality-final](http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI_ECommerceInequality-final).
8. E-Commerce and E-Business [Elektronnyi resurs]. – 2018. – Rezhym dostupu do resursu: [https://en.wikibooks.org/wiki/Main\\_Page](https://en.wikibooks.org/wiki/Main_Page).

Рецензія / Peer review 12.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 658.788:339.924

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-52-57

БІРЮКОВ М. М.

Приазовський державний технічний університет

## КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕТАЛУРГІЙНОГО ХОЛДИНГУ

*У статті висвітлено результати дослідження умов та особливостей логістичного управління сучасних міжнародних промислових холдингів. Обґрунтовано рішення щодо удосконалення системи управління логістичними потоками виробничого підприємства холдингової структури задля забезпечення ефективності функціонування підприємства та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної металургійної продукції на світовому ринку.*

*Запропоновано методичний підхід до формування логістичної мережі вітчизняного металургійного холдингу, у якій на основі інтеграції елементів локальних логістичних мереж підприємств виробничого, видобувного та збутового профілів, враховано міжнародні логістичні потоки в системі виробництва та відвантаження продукції корпоративних металургійних підприємств.*

*Доведено необхідність розвитку методологічної бази стратегічного управління металургійного холдингу, на основі урахування складних мереж холдингової структури, чисельних внутрішніх та зовнішніх зв'язків інтегрованих підприємств, оптимізації бізнес процесів корпоративної логістики.*

*Ключові слова: логістична структура, логістична мережа, ланцюг постачання, металургійний холдинг, підприємство.*

BIRYUKOV M.

Priazovsky State Technical University

## CONCEPT OF FORMING LOGISTIC NETWORK OF DOMESTIC METALLURGICAL HOLDING

*The article highlights the results of the study of the conditions and features of the logistic management of modern international industrial holdings. The decision to improve the logistics flow management system of the production enterprise of the holding structure is substantiated in order to ensure the efficiency of the operation of the enterprise and increase the competitiveness of domestic metallurgical products on the world market.*

*Turbulent external environment, constant changes in market conditions, aggravation of global competition require from integrated enterprises of permanent use measures to reduce logistics costs in the internal production systems to provide predictable, fluctuating logistics processes. Therefore, the concept of constructing models of logistics flows management of the integrated production system of the integrated metallurgical enterprise has been improved, based on the principles of a systematic approach to the construction of integrated networks and allows the enterprise to provide stable operation to the oscillations.*

*The methodical approach to the formation of the logistic network of the domestic metallurgical holding, in which on the basis of integration of elements of local logistic networks of enterprises of production, mining and marketing profiles, is envisaged, international logistic flows in the system of production and shipment of products of the corporate metallurgical enterprises are taken into account.*

*The necessity of development of the methodological base of the strategic management of the metallurgical holding, based on the consideration of complex networks of the holding structure, numerical internal and external connections of the integrated enterprises, optimization of business processes of corporate logistics is proved.*

*Keywords: logistic structure, logistics network, supply chain, metallurgical holding, enterprise.*

**Постановка проблеми.** Аналіз тенденцій розвитку сучасної світової економіки свідчить про високий рівень нестабільності й мінливості умов функціонування всіх секторів промислового виробництва, та збуту продукції важкої промисловості. Результати діяльності вітчизняних гірничо – металургійних холдингів, що інтегровані до крупних міжнародних промислово – фінансових груп, є стратегічно важливими для економічного розвитку України. Вітчизняна металургія за обсягами виробництва висококонкурентної продукції займає лідируючі позиції не тільки в економіці України, а й у світовому рейтингу металовиробників. Саме світовий ринок металу є основним для вітчизняних підприємств гірничо - металургійних холдингів «АрселорМіттал», «Метінвест», «Інтерпайп», «ІСД», «Євраз» та ін. Жорсткі умови діяльності глобальних ринків металу змушують корпоративні металургійні підприємства до пошуку та створення нових конкурентних переваг за рахунок підвищення ефективності управління матеріальними, фінансовими, інформаційними й іншими потоками, що функціонують як всередині, так і зовні єдиної корпоративної структури гірничо – металургійних холдингів. Значні обсяги споживаних ресурсів, широка номенклатура продукції, розгалуженість корпоративної мережі, використання міжнародних перевезень як в процесах постачання, так і збуту, зумовлюють актуальність завдань вдосконалення системи управління логістичними процесами корпоративних підприємств та холдингу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** присвячені роботи Визначні вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких можна виокремити І. Ансоффа, М.Г. Белопольського, С. Біра, Д. Бігеля, О.С. Віханського, М.В. Верескуна, А.А. Меліхова досліджували методологічні проблеми управління

складними та надвеликими виробничо-економічними системами. Теорія логістичного управління виробничого підприємства та напрямки її розвитку й вдосконалення досліджуються багатьма зарубіжними, серед яких: Д.Бауерсокс [1], М. Крістофер [9], Д.Уотерс [13] та вітчизняними науковцями: Н. М. Абдикеева, В.В. Дибська [2], М.А. Окландер [12], В.М. Колосок [6], Є.В. Крикавський [8] та ін. Проте залишається багато відкритих питань, зокрема щодо формування логістичних систем в системі управління бізнес – процесами гірничо-металургійного холдингу. Саме тому питання розробки моделей управління логістичними потоками та бізнес-процесами між різними суб'єктами корпоративної мережі холдингу, є актуальними.

**Мета статті.** Дослідження сучасних практик організації логістичних бізнес – процесів міжнародних корпорацій [1, 2, 13] довело необхідність у вдосконаленні науково – методичних положень формування моделей логістичного управління в корпоративній системі металургійного холдингу, та визначенні основних напрямків подальших досліджень стосовно систем логістичного управління холдингами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В результаті протікання інтеграційних і консолідаційних процесів в нашій державі, значна сума великого промислового капіталу сконцентрувалася в руках кількох приватних власників, які мали диверсифікованим портфелем зарубіжних активів в різних сферах бізнесу. Далі відбувається інтеграція приватизованих активів в міжнародний простір, що завершується тим, що на даний момент практично всі українські великі і середні промислові підприємства, втратили статус юридичної самостійності і увійшли до складу організаційних структур великих міжнародних транснаціональних холдингів і груп. В першу чергу, зміни в організаційно-правовій формі власності торкнулися підприємств базових галузей промислового сектора економіки, таких як металургія, машинобудування, енергетика та інші [3, 4, 5].

Промисловий потенціал України має потужний гірничо-металургійний комплекс, що об'єднує підприємства повного виробничого циклу. Головними українськими лідерами, які здійснюють свою виробничо-господарську діяльність на національному та міжнародному ринку сталі та прокату, є холдинг «Метінвест» (група «SCM»), група «АрселорМіттал», «Індустріальний Союз Донбасу» та холдинг «Євраз». Організаційна структура даних корпоративних структур об'єднує національні підприємства з повним виробничим циклом, і зарубіжні активи, оснащені в основному прокатними підприємствами. Невисока собівартість товарних напівфабрикатів (сляби, злитки, заготовки), що виробляються українськими комбінатами і не споживаних ними на наступних стадіях виробництва, з метою диверсифікації продуктової лінійки і можливості отримання додаткової маржі на більш дорогому європейському ринку, передаються на родинні зарубіжні потужності. Такі операції передачі (трансферу) ресурсів часто супроводжуються оптимізаційними схемами розподілу і перерозподілу фінансових потоків, що дозволяють підвищити фінансово – економічні показники цілого холдингу. Тобто, ефективно налагоджена система взаємодії між активами єдиної транснаціональної корпоративної структури створює можливість оптимізації системи логістики (фінансових, матеріальних та інформаційних потоків) в ланцюжку формування доданої вартості на кожній ділянці ланцюга передачі ресурсів в процесі єдиного бізнес циклу. Такий процес взаємодії корпоративних активів та логістичних підрозділів холдингової групи у галузі гірничо-металургійного бізнесу систематизовано у вигляді моделей. Корпоративна мережа сучасного міжнародного металургійного холдингу, до складу яких входять вітчизняні металургійні підприємства, є складною розгалуженою організаційною структурою із численними об'єктами добувального, виробничого, енергетичного, збутового та інших типів між якими встановлено стійкі потоки матеріального, фінансового, інформаційного й іншого характеру. Ці потоки, які утворюють основу логістичної корпоративної системи холдингу, пов'язують між собою об'єкти єдиної корпоративної мережі, розташовані як в Україні так і в інших країнах, що зумовлює одну з головних особливостей її функціонування – використання міжнародних перевезень для внутрішньо корпоративних логістичних процесів. До складу виробничого сектору гірничо – металургійного холдингу входять підприємства металургійної, гірничо – добувної, енергетичної промисловості, які є юридичними особами (ПрАТ) інтегрованими до складу холдингу за принципом єдності технологічного циклу. Аналіз структури вітчизняних металургійних холдингів, зокрема «Метінвест», дозволив схарактеризувати типовий склад таких секторів [3,4]. До складу інтегрованих підприємств виробничого сектору входять [3, 5]: гірничо – збагачувальні комбінати (Україна), вугледобувні компанії (Україна, США), коксохімічні компанії та заводи (Україна), металургійні комбінати повного циклу (Україна), металургійні заводи (Україна, країни ЄС, Велика Британія). Аналіз специфіки функціонування металургійних підприємств в Україні та формування їх систем корпоративного управління доводить, що в сучасних умовах для забезпечення зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції необхідним є управління логістичними потоками інтегрованих промислових підприємств. Тому в ході дослідження запропоновано методичний підхід до формування логістичної мережі металургійного холдингу (рис. 1), на основі: інтеграції елементів локальних логістичних мереж пов'язаних підприємств та врахуванні внутрішніх, зовнішніх та міжнародних логістичних потоків в системі виробництва та відвантаження продукції холдингу.

Методичний підхід до формування логістичної мережі вітчизняного металургійного холдингу полягає у інтеграції елементів локальних логістичних мереж корпоративних підприємств, виокремленні міжнародних логістичних потоків у внутрішніх бізнес - процесах постачання, виробництва та збуту

продукції корпоративних металургійних підприємств. За пропонуваним методичним підходом, структура логістичної корпоративної системи формується за принципом єдності технологічних логістичних функцій, незалежно від географічного розташування об'єктів холдингової мережі. Логістична корпоративна структура вітчизняного металургійного холдингу включає виробничий та збутовий сектори корпоративної мережі, та 2 сектори управління об'єктами і процесами мережі. Використання запропонованого підходу дозволить підвищити ефективність корпоративного управління інтегрованих підприємств за рахунок зниження витрат у корпоративних ланцюгах постачань.

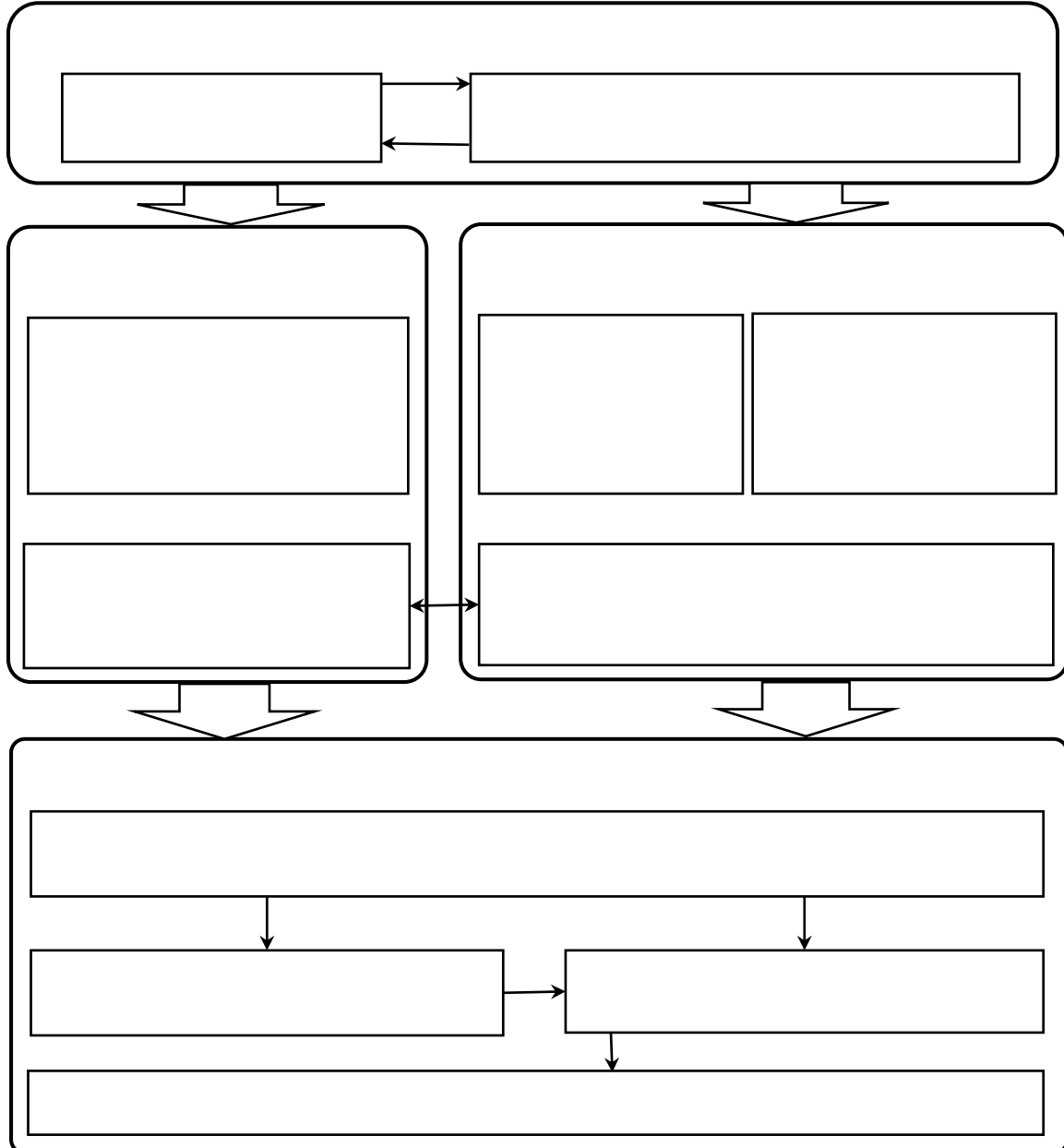


Рис. 1. Методичний підхід до формування логістичної мережі вітчизняного металургійного холдингу

В пропонуваному методичному підході враховано особливості побудови структури міжнародної холдингової структури, географічне розташування учасників холдингової структури та необхідність встановлення надійних логістичних зв'язків як всередині гірничо – металургійного холдингу, так і зовні – із спорідненими учасниками холдингу, незалежними компаніями, та клієнтами.

Методичний підхід до формування логістичної холдингової мережі дозволяє: визначити структуру об'єктів такої мережі; визначити типи та виокремити функції як для пов'язаних так і для незалежних об'єктів мережі; сформулювати вимоги до формування логістичних систем учасників спорідненої холдингової структури.

Аналіз напрямків та обсягів матеріальних потоків металургійного підприємства [6] в системі виробництва та відвантаження продукції та їх складових дозволив уточнити технологічний цикл логістики металургійного підприємства. Обґрунтовано необхідність удосконалення концепції моделювання

управління логістичними потоками за рахунок: моделювання та вибору схем постачань металургійного підприємства на основі оптимізації загально корпоративних логістичних критеріїв; виокремлення непрофільних функцій з логістичного обслуговування виробництва та передачу їх незалежним аутсорсинговим компаніям, тощо.

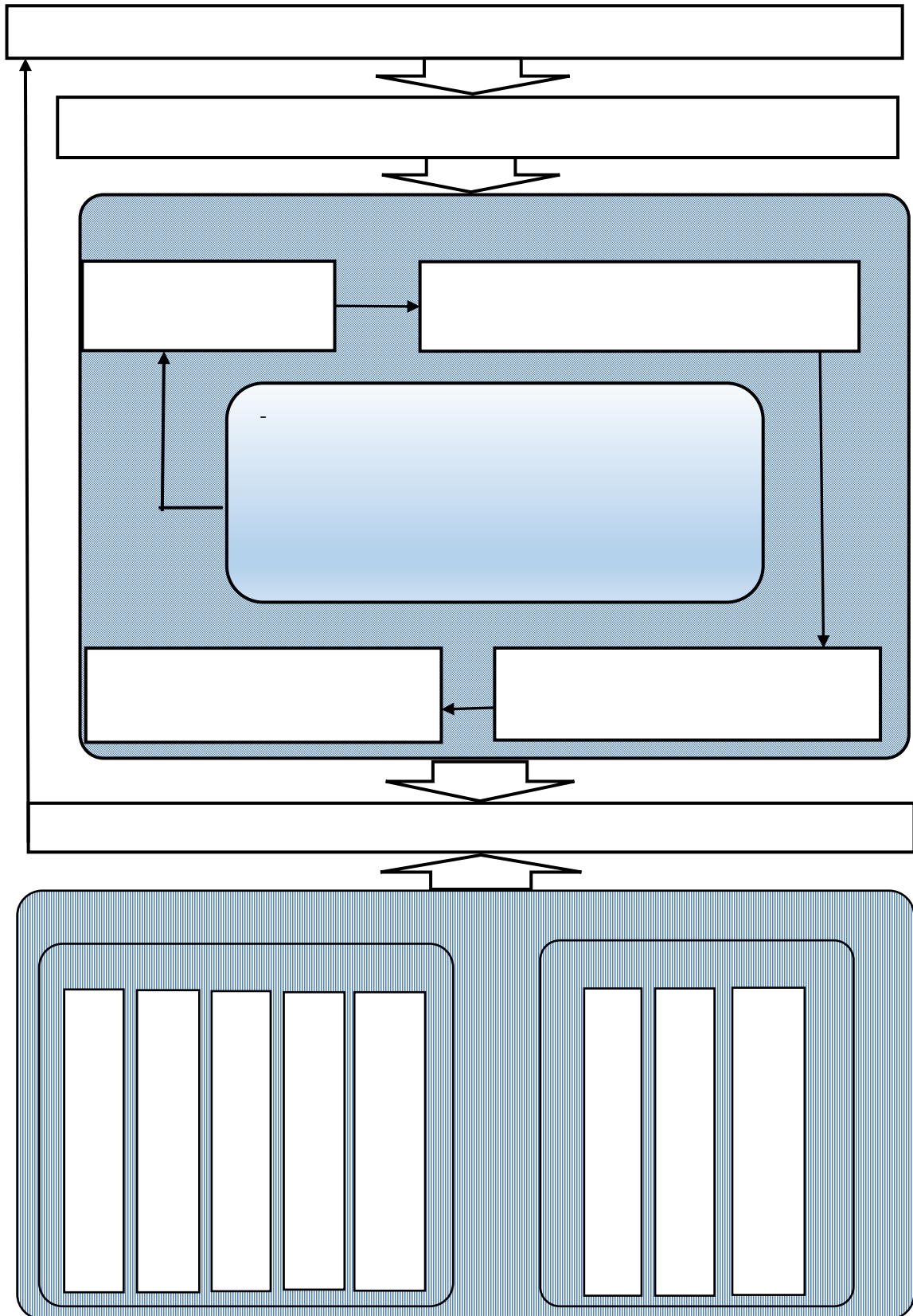


Рис. 2. Модель впливу оптимізації логістичних бізнес-процесів на КРІ інтегрованого виробничого підприємства.

Основоположною умовою надійності функціонування логістичної мережі корпоративної холдингової структури є якість прийняття і підтримки рішень у корпоративній системі управління інтегрованими підприємствами та учасниками гірничо-металургійних холдингів [7, 8, 10]. Це актуалізує завдання із підвищення якості інформаційної складової системи підтримки рішень корпоративного управління, якості стратегічного планування та управління. Для рішення цього науково-практичного завдання, за допомогою моделі, наведеної на рис. 2, було удосконалено систему корпоративного стратегічного планування із використанням логістичних критеріїв підвищення ефективності виробництва.

Дослідження стратегічних показників ефективності функціонування інтегрованих гірничо – металургійних холдингів виявило необхідність розвитку системи критеріїв підвищення ефективності логістичних бізнес - процесів корпоративного підприємства. В результаті застосування інноваційних інструментів управління розвинуто модель впливу оптимізації логістичних бізнес-процесів на КРІ інтегрованого виробничого підприємства, використання якої дозволить підвищити якість обґрунтування стратегії розвитку інтегрованих гірничо – металургійних холдингів. Методичні положення із підвищення якості підтримки рішень корпоративної системи управління мають передбачати оновлення бази, за допомогою якої відбувається відбір, компонування, визначення ваг та ранжування критеріїв ефективності КРІ металургійного виробництва. У якості критеріїв оптимізації логістичних процесів пропонується обирати один або ж мікс з поміж нижченаведених:

- мінімізація розміру *операційної собівартості* готової продукції холдингу, з урахуванням складових доданої вартості, утвореної на інтегрованих пов'язаних підприємствах під час виконання повного технологічного циклу виготовлення продукції, із урахуванням внутрішньо корпоративних трансфертів;
- оптимізація *вартості ланцюга постачань* в бізнес – процесах логістики постачань та збуту продукції;
- мінімізація *терміну логістичного циклу ланцюга постачань* в бізнес – процесах логістики постачань та збуту продукції;
- оптимізація *обсягу використання зовнішньої металургійної сировини*, що надходить від зовнішніх постачальників, непов'язаних із спорідненою холдинговою структурою;
- максимізація *якості виконання замовлення* за рахунок покращення виконання складових логістичних бізнес – процесів.

Відповідно до етапів корпоративного стратегічного управління в системі інтегрованого холдингу, процес стратегічного управління розділено на два рівні: планування та контролю виконання. На першому рівні відбувається обґрунтування стратегічних цілей холдингу, вибір критеріїв оптимізації, визначення стратегічних КРІ холдингу та декомпозиція їх до рівня КРІ пов'язаних підприємств. На другому етапі відбувається аналіз виконання КРІ підприємств холдингової структури, та оцінка їх внеску у виконання загально холдингових КРІ. Таким чином контроль досягнення стратегічних цілей холдингу базується на урахуванні впливу логістичних бізнес – процесів на КРІ інтегрованого підприємства. Використання удосконаленої моделі дозволить підвищити ефективність формування і контролю прийнятих КРІ логістичних бізнес - процесів, які підтримують виконання стратегічних рішень як інтегрованих підприємств, так і холдингу в цілому.

Визначено, що загальнокорпоративні системи управління металургійного холдингу не використовують в процесі аналізу критерії ефективності функціонування логістичних систем, що знижує їх ефективність і не дозволяє в повній мірі використати переваги корпоративної вертикальної інтеграції. Тому в роботі запропоновано використовувати удосконалений методичний підхід до формування інформаційної складової системи управління підприємством в напрямку забезпечення інформаційної підтримки управління логістичними бізнес-процесами інтегрованого підприємства, що дозволить підвищити інформативність та дієвість загальнокорпоративної системи управління та вдосконалити процес управління логістичними потоками у корпоративних ланцюгах постачань.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** У статі представлено результати дослідження концептуальних та методологічних підходів до управління логістичними потоками інтегрованих пов'язаних підприємств міжнародних холдингів, виокремлено методологічні питання щодо ефективності їх функціонування.

Запропоновано методичний підхід до формування логістичної мережі вітчизняного металургійного холдингу, яка враховує інтеграцію елементів локальних логістичних мереж інтегрованих пов'язаних підприємств виробничого, видобувного та збутового профілів, враховано міжнародні логістичні потоки в системі виробництва та відвантаження товарної продукції корпоративних підприємств.

Обґрунтування стратегічних показників інтегрованих гірничо – металургійних холдингів виявило необхідність розвитку системи ключових критеріїв ефективності КРІ логістичних бізнес - процесів корпоративного підприємства. В результаті застосування інноваційних інструментів управління розвинуто модель впливу оптимізації логістичних бізнес-процесів на КРІ інтегрованого виробничого підприємства. Це дозволяє встановити зв'язок та залежність операційних КРІ виробничих та логістичного підрозділів холдингу, підвищити дієвість економічних інструментів управління, точність механізму обґрунтування корпоративної стратегії.



Розвинуті положення щодо формування інформаційної складової системи управління підприємством для вдосконалення процесів управління логістичними потоками у корпоративних ланцюгах постачань. методичний підхід до формування інформаційної складової системи управління підприємством в напрямку забезпечення інформаційної підтримки управління логістичними бізнес-процесами інтегрованого металургійного підприємства, що дозволить інтегрувати критерії ефективності функціонування логістичних систем до загальнокорпоративної системи управління.

Використання пропонованих науково – теоретичних та методологічних розробок спрямовано на підвищення ефективності функціонування вітчизняних підприємств та логістичних операторів у складі міжнародних інтегрованих холдингів та, відповідно, на покращення економіки України.

### Література

1. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 644 с.
2. Дыбская В. В. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / В. В. Дыбская [и др.]. – М.: Эксмо, 2014. – 939 с.
3. Колосок В. М. Методология розвитку стратегічного управління великих промислових підприємств: монографія / В. М. Колосок. – Маріуполь : ПДТУ, 2012. – 245 с.
4. В.М. Колосок, Я.С. Трусова. Методические вопросы управления конкурентоспособностью промышленных предприятий в составе холдинга // Вісник Приазовського державного технічного університету, 2013. № 25. – С. 17 – 26.
5. Kolosok V., Ugrovata Yu (2014), The economic growth of enterprises in international holdings: application of transfer pricing in Ukrainian companies, Contemporary Research on Organization Management and Administration–2014, No. 2(1). - p. 74-99.
6. Колосок В. М. Аналіз підходів до формування економічних механізмів управління ланцюгами постачань / В. М. Колосок, М. М. Бірюков // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 34. - С. 313-319.
7. Кривов'язук І.В., Кулик Ю. М. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів і систем як основа їх самовдосконалення та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No2/87-94.pdf>.
8. Крикавський Є. В. Логістика для економістів. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту Львівська політехніка, 2014. – 448 с.
9. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / пер. под общ. ред. В. С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2004. – 316 с.
10. Логистика и управление цепями поставок: практическое пособие / Д. В. Курочкин. – Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.
11. Маракулин М.В. Оптимизация структуры компании в целях повышения конкурентоспособности [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/1/1087.html>.
12. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.
13. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.
14. Офіційний сайт холдингу METINVEST. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.metinvestholding.com.ua>.

### References

1. Bauersoks D., Kloss D. Logistika: integrirovannaya tsep postavok / Per. s angl. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 644 с.
2. Dyibskaya V. V. Logistika: integratsiya i optimizatsiya logisticheskikh biznes-protsesov v tsepyah postavok / V. V. Dyibskaya [i dr.]. – М: Eksmo, 2014. – 939 s.
3. Kolosok V. M. Metodologiya rozvutku strategichnogo upravlinnya velikih promislovih pldpriEmstv: monograflya / V. M. Kolosok. – MarUpol : PDTU, 2012. – 245 s.
4. V.M. Kolosok, Ya.S. Trusova. Metodicheskie voprosyi upravleniya konkurentosposobnostyu promyshlennyih predpriyatiy v sostave holdinga // VIsnik Priazovskogo derzhavnogo tehnlchnogo unIversitetu, 2013. № 25. – S. 17 – 26.
5. Kolosok V., Ugrovata Yu (2014), The economic growth of enterprises in international holdings: application of transfer pricing in Ukrainian companies, Contemporary Research on Organization Management and Administration–2014, No. 2(1). - p. 74-99.
6. Kolosok V. M. Anallz pldhodlv do formuvannya ekonomIchnih mehanIzmlv upravlnnya lantsyugami postachan / V. M. Kolosok, M. M. Blyukov // VIsnik Priazovskogo derzhavnogo tehnlchnogo unIversitetu. Serlya : EkonomIchnI nauki. - 2017. - Vip. 34. - S. 313-319.
7. Krivov'yazyuk I.V., Kulik Yu. M. ReInzhInring logIstichnih bIznes-protsestv I sistem yak osnova Yih samovdoskonalenna ta rozvutku [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No2/87-94.pdf>.
8. Krikavskiy E. V. LogIstika dlya ekonomIstlv. – Lvlv: Vid-vo Nats. un-tu Lvlvska polItehnIka, 2014. – 448 s.
9. Kristofer M. Logistika i upravlenie tsepychkami postavok / per. pod obsch. red. V. S. Lukinskogo. – SPb.: Piter, 2004. – 316 s.
10. Logistika i upravlenie tsepyami postavok: prakticheskoe posobie / D. V. Kurochkin. – Minsk: Alfa-kniga, 2016. – 783 s.
11. Marakulin M.V. Optimizatsiya strukturyi kompanii v tselyah povyisheniya konkurentosposobnosti [Elektronniy resurs] — Rezhim dostupa: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/1/1087.html>.
12. Oklander M.A. LogIstichna sistema pldpriEmstva: Monograflya. – Odesa: Astroprint, 2004. – 312 s.
13. Uoters D. Logistika. Upravlenie tsepyu postavok / D. Uoters; per. s angl. – М.: YuNITI-DANA, 2003. – 503 s.
14. OfitsIyniy sayt holdingu METINVEST. [Elektronniy resurs].- Rezhim dostupu: <https://www.metinvestholding.com.ua>.

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-58-61

ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ Д. М.  
Хмельницький національний університет

## НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті розкриваються основні напрямки та організаційні форми міжнародних інноваційних процесів в АПК, їх особливості та етапи розвитку в галузях і сферах агропромислового виробництва. Проаналізовано розвиток інноваційної діяльності в сільськогосподарському виробництві. Обґрунтовано необхідність оцінки інноваційної діяльності на сучасному етапі, викладаються методичні основи даного процесу і даються напрямки підвищення інноваційної активності в ринкових умовах. Особлива увага приділяється вдосконаленню організаційно-економічного механізму інноваційних процесів в АПК.*

*Ключові слова: інноваційна діяльність, міжнародний досвід, сільське господарство, розвиток, ресурси, механізм.*

VASILKIVSKY D.  
Khmelnytsky National University

## THE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL INNOVATIVE ACTIVITIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

*The main directions and organizational forms of international innovation processes in the agro-industrial complex, their features and stages of development in the sectors and spheres of agro-industrial production are revealed. Analyzed the development of innovation in agricultural production.*

*It justifies the need to assess innovation at the present stage, outlines the methodological foundations of this process and gives directions for increasing innovation activity in market conditions. Particular attention is paid to improving the organizational and economic mechanism of innovation processes in the agro-industrial complex.*

*The theoretical and practical foundations of the development of innovative activities in agriculture are investigated. Highlights the features of innovation and the process of introducing innovations in the production activities of agricultural enterprises.*

*It was brought that the innovative approach will allow to increase the efficiency of innovative economic activities of enterprises of the agrarian sphere, and, therefore, serve in achieving the strategic goals of the enterprise. The implementation of innovative activities by enterprises of the agrarian sector will provide an opportunity to raise the level of their competitiveness, strengthen the position in the international market of agricultural products and improve the efficiency of production and economic activities in general.*

*The peculiarity of the modern period of development of all sectors and spheres of agroindustrial production is the need to accelerate scientific and technological progress based on innovative processes that allow continuous updating of production based on the development of science, technology and advanced experience. World experience shows that innovation processes, as a rule, are not only encouraged, but also regulated by the state through the formation of appropriate policies and the planned organization of innovation activities.*

*It is justified that the principles for the development of innovation processes are implemented in the country's agricultural sector, with mandatory consideration of their organizational, economic, technical, technological and other features. Only under these conditions, the development and implementation of innovation policy will achieve the desired result and have a positive impact on development of the country's economy.*

*Keywords: innovation activity, international experience, agriculture, development, resources, mechanism.*

**Постановка проблеми.** Особливістю сучасного періоду розвитку всіх галузей і сфер агропромислового виробництва є необхідність прискорення науково-технічного прогресу на основі інноваційних процесів, що дозволяють вести безперервне оновлення виробництва на базі освоєння досягнень науки, техніки і передового досвіду. Світовий досвід показує, що інноваційні процеси, як правило, не тільки заохочуються, але і регулюються державою шляхом формування відповідної політики та планомірної організації інноваційної діяльності.

Досвід розвинених країн світу в останні роки переконливо показує, що підвищення ефективності агропромислового виробництва досягається переважно за рахунок активізації інноваційної діяльності, тобто успішного функціонування науково-технічної сфери галузі. Кінцевим результатом інноваційної діяльності є створення інновацій та їх освоєння безпосередньо у виробництві, що сприятиме систематичному і все більш прогресуючому організаційно-економічному, технічному та технологічному оновленню агропромислового виробництва та підвищенню його ефективності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню категоріального змісту інновацій, засадам інноваційного розвитку, проблемам інноваційної діяльності підприємств і регулювання інноваційних процесів на національному і регіональному рівнях присвятили наукові дослідження зарубіжні і вітчизняні вчені: В. Вишневський, С. Глазьев, В. Дементьев, В. Ізюмська, М. Кулаєць, А. Пересада, В. Пілюшенко, С. Поважний, Б. Санто, Л. Федулова, Й. Шумпетер, Ю. Яковец та інші. Стан і перспективи інноваційної діяльності аграрних підприємств та проблемні питання, пов'язані з формуванням і реалізацією стратегії інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств, її ресурсного забезпечення досліджували такі

вітчизняні вчені, як О. Дацій, В. Смолінський, Л. Федулова, О. Шпикуляк, О. Шубравська. Незважаючи на наукову цінність проведених досліджень, необхідно визнати, що організаційно-економічні механізми, чинники та інструменти активізації інноваційної діяльності аграрних підприємств на сьогодні є не достатньо вивченими.

**Мета статті** – розкриття та визначення сутності, стану й тенденцій інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств, виявлення інституційних обмежень активізації інноваційного процесу й оцінка перспектив інноваційного розвитку підприємств аграрної сфери.

**Виклад основного матеріалу.** Формування і вибір стратегічних напрямків інноваційної діяльності країн світу базується на результатах всебічної оцінки як середовища, в якому вони функціонують, так і визначенні внутрішніх інноваційних можливостей окремих держав, які характеризуються станом і рівнем використання інноваційного потенціалу. Як свідчить досвід розвинених країн, життєздатність національних економік насамперед визначається масштабами та якістю впровадження нових ідей, нових технологій, нових управлінських систем, нових продуктів, які є результатом розвитку науки та інноваційної діяльності. Тому під інноваційним потенціалом слід розуміти спроможність держави до інноваційного розвитку з використанням усіх необхідних для цього ресурсів, що є в її розпорядженні.

Для формування національної інноваційної системи України важливо мати, передусім, ефективну нормативно-правову базу регулювання інноваційної діяльності. На законодавчому рівні інноваційна діяльність України визначена "Концепцією науково-технологічного й інноваційного розвитку України", Законом України "Про інноваційну діяльність", Законом України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні" та ін. Закон України "Про інноваційну діяльність" визначає інновації як новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери; а інноваційну діяльність – як діяльність, що спрямована на вирішення і комерціалізацію результатів наукових розробок та досліджень і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг [7]. До основних принципів державної інноваційної політики, встановлених у цьому законі, варто віднести орієнтацію на інноваційний шлях розвитку економіки України; визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку; формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності; створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу; фінансову підтримку, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності; сприяння розвитку інфраструктури. Інноваційний потенціал держави залежить від багатьох чинників.

Головними з них є адекватна концентрація фінансових та організаційних ресурсів держави і бізнесу на науці та освіті; наявність для цього відповідної мережі навчальних, науково-дослідних, фінансових установ; наявність механізмів стимулювання державою інноваційної діяльності; висока інноваційна культура населення загалом та представників бізнесу зокрема тощо.

Перший етап інноваційної діяльності (створення інновацій) реалізують переважно науково-дослідні установи АПК. Це вимагає розв'язання одночасно декількох різновекторних питань: від виділення коштів на розробку новачків, проведення фундаментальних і прикладних досліджень, визначення об'єктів інтелектуальної власності до виробництва й реалізації наукоємної продукції та впровадження нововведень у виробництво. В даному напрямку важливо забезпечити скорочення термінів створення інновацій, підвищення рівня новизни й забезпечення перевищення за основними характеристиками традиційного аналога. Актуальним є вирішення питання організації оперативного трансферу інновацій сільгоспвиробникам. Зазвичай вважається, що на етапі створення інновацій держава повинна повністю забезпечити фінансування фундаментальних досліджень, а прикладні проекти, орієнтовані на конкретні запити ринку, можуть фінансуватися як за рахунок державних, так і приватних джерел. Найбільш поширеними новачками є: нові сорти й гібриди рослин і порід тварин, штами мікроорганізмів, марки та модифікації сільськогосподарської техніки, технології, хімічні й біологічні препарати (вакцини), економічні розробки.

Етап поширення інновацій реалізують переважно органи управління АПК разом з розробниками нововведень. На даному етапі ключового значення набувають менеджмент та інформаційне забезпечення. Відтворення новачків у сільському господарстві здійснюють насінницькі господарства, племінні заводи, машинобудівні підприємства, біологічні фабрики. Необхідно визнати, що інноваційна діяльність сільськогосподарських підприємств в основному пов'язана із завершальним етапом інноваційного процесу – освоєнням інновацій. Це передбачає як визначення джерел фінансування освоєння інновацій, так і формування відповідного організаційно-економічного механізму впровадження інновацій товаровиробником. Впровадження розробок у виробництво, або перетворення новачків в інновації, здійснюється за ініціативою суб'єктів підприємницької діяльності з метою досягнення комерційних вигод. Умовою отримання прибутку є конкурентна перевага, а для інноваційного підприємства – монополія новатора. В Україні значні вкладення в науково-дослідні розробки і модернізацію капіталу в сільському господарстві здійснюються лише обмеженою кількістю великих підприємств. Крім того, поступово знижується рівень впровадження наукових розробок і втрачається потенціал вітчизняної науки у сфері

генетичних (насінневих і племінних) ресурсів. Наявний стан інноваційної діяльності в аграрній сфері відображає одночасно декілька проблем: неефективне використання інноваційного потенціалу; відсутність інституційних передумов комерціалізації новацій; нерозробленість організаційних механізмів підтримки державою інноваційної діяльності [2].

Неефективними є також інструменти фіскальної політики. За допомогою податкових важелів стимулюються перші етапи інноваційного циклу (фундаментальні дослідження, дослідно-конструкторські роботи), а завершальні етапи (що спрямовані саме на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок) залишаються без державної підтримки. За такого підходу зберігається існуючий розрив між наукою і виробництвом, втрачаються державні кошти, пов'язані із субсидуванням НДДКР, оскільки аграрний сектор не отримує очікуваного приросту ефективності [1].

Важливе значення в інноваційному процесі має інноваційна інфраструктура. Вона виконує роль елемента, який створює умови для плідної інноваційної діяльності шляхом надання різноманітних послуг. Інноваційна діяльність промислових підприємств сприяє розширенню асортименту продукції, створенню нових ринків збуту в Україні, збереженню і розширенню традиційних ринків збуту, забезпечення відповідності сучасним правилам і стандартам, зростанню виробничих потужностей, поліпшенню умов праці.

Значною проблемою аграрної сфери є відсутність механізмів трансферу інноваційного продукту у виробництво. Кількість інститутів інноваційної інфраструктури в Україні все ще незначна, і більшість з них не здійснює істотного впливу на розвиток інноваційних процесів. Так, платоспроможний попит на послуги інноваційних центрів доволі низький, більшість діючих інноваційних центрів не володіють коштами для фінансової підтримки компаній, які розпочинають свою діяльність, обмежують свою участь у їхньому становленні лише навчально-консультаційними послугами, наявний низький внутрішній попит на технологічні інновації [4]. Отже, однією з головних причин низької інноваційної активності вітчизняних аграрних підприємств можна визнати брак фінансових ресурсів. Разом з тим, навіть наявні ресурси у прибуткових підприємств використовуються не завжди ефективно та не спрямовуються в інноваційну діяльність. Останнє можна пов'язати з недостатнім рівнем інвестиційного попиту на інновації у підприємств. Відсутність попиту на інноваційні стратегії означає не що інше, як відсутність мотивації до інновацій з боку власника. Інновації для власника підприємства пов'язані з певними витратами та ризиком і є привабливими тільки тоді, коли сприяють зростанню доходу. При обранні інноваційного шляху прибуток зростає внаслідок менших витрат виробництва порівняно з іншими виробниками в галузі, або ж за умови, що виробляється продукт з характеристиками, які відсутні у конкурентів. Джерелом прибутку виступає монополія новатора через створення підприємцем технологічних і організаційних переваг над рештою виробників. Такий шлях пов'язаний із певними ризиками інвестицій у нові технології і передбачає більш тривалий період реалізації і гарантій того, що в довгостроковій перспективі прибуток, отриманий у результаті інвестицій у знання і нові технології й організації, та бізнес, заснований на інноваційних технологіях, буде збережено [5].

Практика останніх десятиліть в більшості розвинених країн світу показала вирішальний вплив науки і науково-технічного прогресу як на економіку країни в цілому, так і кожної конкретної галузі, але при безумовній вирішальній підтримці держави. Завдяки формуванню певної інноваційної сфери істотно підвищується технологічний рівень аграрної галузі.

Сформовані темпи інноваційного розвитку у вітчизняному агропромисловому комплексі, незважаючи на деяке похвалення цієї діяльності, не можна вважати задовільними. Значне відставання України від розвинених країн світу за технологічним рівнем агропромислового виробництва настільки велике, що без прийняття великомасштабних заходів державного значення його подолання буде неможливо.

В даний час необхідно розробити державну інноваційну політику в АПК, надати їй законодавчий характер і створити всі умови для її планомірної реалізації. Це дасть певний імпульс для активізації інноваційної діяльності в галузі, що сприятиме прискоренню науково-технічного прогресу і підвищення ефективності агропромислового виробництва. Прогноз розвитку аграрної науки можна розглядати як науково обґрунтовану інформацію про її майбутнє. Зміст і ступінь реальності прогнозованої інформації визначаються історичним досвідом, накопиченим людством, знаннями і уявленнями, притаманними сучасному рівню розвитку аграрної науки, а також можливостями, реалізація яких залежить від майбутніх поколінь. В сучасних умовах науково-технічне прогнозування набуває дедалі більшого розвитку. Науково-технічний прогноз є системою науково обґрунтованих оцінок можливих шляхів і результатів розвитку науки і техніки, а також необхідних для їх досягнення ресурсів та організаційних заходів. Науково-технічний прогноз, в свою чергу, є підсистемою в більш широкій системі прогнозів, що включає в себе соціальне і економічне прогнозування.

Важливою обставиною, яка значною мірою впливає не тільки на появу тих чи інших науково-технічних досягнень, але і на загальний рівень науково-технічного прогресу в галузі, є соціально-економічна відсталість, в якій вона розвивається. Існуюча практика науково-технічного прогнозування виробила особливо актуальною потребу у формуванні нормативно-методичної бази для аналізу ситуації і прийняття рішень. При цьому нормативи не повинні зводитися тільки до певних економічних категорій (трудомісткість, ефективність і т.д.), хоча вони і є важливими. Для вирішення такого завдання необхідна

інформація для прогнозування та практичного управління. У практиці виділяється ряд узагальнюючих показників: кількість науково-технічних нововведень (інновацій) і їх зростання або скорочення; кількість нових науково-технічних рішень в одиницю часу і залежність від специфіки галузі і попиту з боку виробництва; сукупний ефект прогресу науки і техніки і віддача одиниці потенціалу, вкладеного в науку в одиницю часу; зростання в часі функціональних параметрів нововведень (ступінь прискорення науково-технічного прогресу). В умовах існуючого в даний час обліку фактичного розвитку інноваційного процесу в сільському господарстві і галузях АПК і тим більше його результативності, що не за всіма зазначеними вище показниками є можливим здійснити розробку його прогнозу на перспективу. На нашу думку, найбільш важливим в ситуації, що склалася є прогноз основних напрямків інноваційного процесу з визначенням перспективного концептуального ефекту від його розвитку безпосередньо у виробництві.

З урахуванням зазначеного положення були розроблені пропозиції щодо прогнозу розвитку інноваційних процесів розроблені у вигляді їх основних напрямків, які є найбільш актуальними на середньостроковий період з диференціацією по основних галузях і сферах агропромислового виробництва: землеробство і рослинництво; тваринництво і ветеринарна медицина; механізація і електрифікація виробництва; зберігання і переробка продукції; економіка і земельні відносини. Основні напрямки розвитку інноваційних процесів в галузях і сферах АПК на середньострокову перспективу були виділені і науково обгрунтовані з урахуванням аналізу ефективності перспективних інновацій, розроблених науковими організаціями АПК, апробованих в різних регіонах України і рекомендованих до освоєння у виробництві.

**Висновки.** Для здійснення науково обгрунтованого прогнозування соціально-економічного і технологічного розвитку агропромислового виробництва необхідно розробити рекомендації з прогнозування сільського господарства на національному та регіональному рівнях, а також економіко-математичну модель і програмне забезпечення прогнозу соціально економічного і технологічного розвитку агропромислового виробництва України. Для цього буде потрібно розробити організаційно-економічні механізми формування перспективних моделей, які забезпечать підвищення ефективності функціонування аграрного ринку країни і впровадження науково-обгрунтованих міждержавних економічних відносин. Реалізація даного напрямку вимагає розробки методів, моделей, комп'ютерних технологій, нормативних документів, які сприяють ефективному розвитку інформатизації, активізації процесів впровадження продуктів інформатизації, в АПК та аграрну науку, підвищенню обгрунтованості рішень при формуванні аграрної політики, поліпшення керованості в агропромисловому виробництві. Зокрема, необхідно розробити показники і критерії, нормативні та організаційно-економічні документи по переходу інформатизації АПК і аграрної науки на промислову технологію проектування і впровадження інформаційних систем, а також розробити інформаційні технології ситуаційного аналізу агропромислового виробництва на національному та регіональному рівнях.

### Література

1. Баранчев В. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия / Баранчев В., Стрижов С. // Маркетинг. – 2004. – № 5. – С. 12 - 42.
2. Власова А.М. Інноваційний менеджмент. [Навчальний посібник.] / Власова А.М. – К. : КНЕУ, 2005. – 292 с.
3. Гаман М.В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід: [Монографія.] / Гаман М.В. - К. : Вікторія, 2004.
4. Донцова Л.В. Інноваційна діяльність: стан, необхідність державної підтримки, податкове стимулювання // Менеджмент в Україні і за кордоном / Донцова Л.В. – №3. – 2003. – С. 14-18.
5. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: [Монографія] / Денисенко М.П., Михайлова Л. І., Грищенко І.М., Гречан А. П. та ін.; За ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. Л. І. Михайлової. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 1050 с.

### References

1. Barancheev V. Analiz i otsenka marketingovogo potentsiala predpriyatiya / Barancheev V., Strizhov S. // Marketing. – 2004. – № 5. – S. 12 - 42.
2. Vlasova A.M. Innovatsionny menedzhment. [Navchal'nyy posibnyk.] / Vlasova A.M. – K. : KNEU, 2005. – 292 s.
3. Gaman M.V. Derzhavne upravlinnja innovacijamy: Ukraïna ta zarubizhnyj dosvid: [Monografija.] / Gaman M.V. - K. : Viktorija, 2004.
4. Doncova L.V. Innovatsijna dijal'nist': stan, neobhidnist' derzhavnoi' pidtrymky, podatkovye stymuljuvannja // Menedzhment v Ukraïni i za kordonom / Doncova L.V. – №3. – 2003. – S. 14-18.
5. Investycijno-innovatsijna dijal'nist': teorija, praktyka, dosvid: [Monografija] / Denysenko M.P., Myhajlova L. I., Gryshhenko I.M., Grechan A. P. ta in.; Za red. d.e.n., prof., akad. M.P. Denysenka, d.e.n., prof. L. I. Myhajlovoi'. – Sumy : VTD «Universytets'ka knyga», 2008. – 1050 s.

Рецензія / Peer review 17.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК : 338.28:(004.08+621.377.6)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-62-67

ГУРОЧКІНА В. В.

Університет державної фіскальної служби України

КРАВЧЕНКО Л. В.

Хмельницький національний університет

ГНАТЮК С. С.

Університет державної фіскальної служби України

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ: БОТИ ТА ХМАРИ

У статті розглянуто теоретичні основи понять «цифрова економіка», «віртуальна економіка», «інформаційне суспільство» та зазначено спільні риси та аспекти тотожності, де в центрі уваги інноваційні технології, інтерактивні можливості, інформація та знання. Досліджено аспекти економічної природи інформаційної економіки та зазначено основні етапи розвитку інформаційно-комунікаційної революції світового суспільства. Досліджено місце інформаційно-комунікаційного розвитку України у світовому рейтингу ICT Development Index. Проаналізовано сучасний стан розвитку інформаційно-комунікаційних технологій розвинутих країн світу та досліджений рейтинг індексу ICT ID. За результатами рейтингу ICT ID виділено лідерів та тенденції розвитку ІКТ країн партнерів, проаналізована динаміка показників. Приділена увага значенню та вагомості цифровізації бізнес-процесів та становлення діджитал економіки, проаналізовано можливості отримання позитивного ефекту від цифровізації на вітчизняних підприємствах з позицій трьох основних суб'єктів - держави, підприємств та суспільства. Визначено найпопулярніші в Україні інноваційні тренди сучасного соціально-економічного середовища, а саме: цифрові технології, товари, продукти, послуги та інструменти (електрокари, хмарні технології, боти, 3D друк та ін.). У дослідженні також охарактеризовано переваги від цифровізації для суспільства України. Визначено позитивний соціально-економічний характер для України, що сприяє поліпшенню якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги. Підкреслено значення сучасних інформаційних технологій у підвищенні рівня управління бізнес-процесами, кібербезпеки та ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційний розвиток, діджитал (цифрова) економіка, віртуальна економіка, інформаційна економіка, цифровізація, електронний бізнес, боти, хмари.

HUROCHKINA V.

University of the State Fiscal Service of Ukraine

KRAVCHENKO L.

PhD student, Khmelnytsky National University

GNATYUK S.

University of the State Fiscal Service of Ukraine

## DIGITALIZATION OF MODERN SOCIO-ECONOMIC SPACE: BOTS AND CLOUDS

The article deals with the theoretical foundations of the concepts of "digital economy", "virtual economy", "information society" and points out the common features and aspects of identity, in which the focus is on innovative technologies, interactive capabilities, information and knowledge. The aspects of the economic nature of the information economy are investigated and the main stages of the development of the information and communication revolution of the world society are outlined. The place of information and communication development of Ukraine in the world rating of ICT Development Index is researched. The present state of the development of information and communication technologies of the developed countries of the world and the index rating of the ICT ID is researched. The ICT ID rankings highlight the leaders and trends in the development of ICTs in partner countries, and analyze the dynamics of indicators. The attention was paid to the importance and importance of digitization of business processes and the formation of a digital of the economy, the possibilities of obtaining a positive effect from digitalization on domestic enterprises from the standpoint of the three main actors - the state, enterprises and society were analyzed. The most popular innovational trends of the modern socio-economic environment in Ukraine are identified, namely: digital technologies, products, products, services and tools (electric cars, cloud technologies, bots, 3D printing, etc.). The study also describes the benefits of digitalisation for Ukrainian society. The positive socio-economic character for Ukraine has been determined, which contributes to the improvement of the quality of the social security infrastructure, the quality of social services, the organization of transparency and targeting of social assistance. The importance of modern information technologies in increasing the level of management of business processes, cyber security and efficiency of the enterprise is emphasized.

Key words: information and communication development, digital (digital) economy, virtual economy, information economy, digitalization, electronic business, bots, clouds.

**Постанова проблеми:** Становлення світової цифровізації економічного простору відбувається завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій та посиленню ваги інформації як вагомого чинника виробництва. Роль інформаційно-цифрових технологій в сучасному бізнесі є стратегічно важливою, оскільки вони сприяють інноваційному управлінню бізнес-процесами та дозволяють адекватно реагувати на динаміку ринку й підтримувати конкурентну перевагу. В цілому процеси цифровізації сприяють інтенсифікації внутрішньої та міжнародної торгівлі, радикально змінюючи методи управління та поліпшуючи показники діяльності бізнес-компаній. Саме тому вкрай важливим є дослідження інновацій

інформаційних технологій, що покращують бізнес-процеси та сприяють реінжинірингу підприємства в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань впровадження цифрових технологій в сучасному бізнесі та економіці в цілому відображено у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Вагомий внесок у формування теоретико-методологічної бази інформаційних технологій в економіці зробили: Войнаренко М.П., Джулій Л.В., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. визначили шляхи управління розвитком інноваційних бізнес-процесів за умов використання автоматизованих інформаційних систем, Томашевський О. М., Цегелик Г. Г., Вітер М. Б., Дудук В. І. дослідили теоретичну сутність та історичний розвиток інформаційних технологій та методичні основи моделювання бізнес-процесів. Колин К.К. дослідив соціалізацію інформації, Войнаренко М.П., Гурочкіна В.В. теоретичну сутність інноваційних технологій та її безпеку в схемах нової економіки. Наша задача усвідомити сутність процесу цифровізації, розглянути інструменти впровадження цифрових технологій у економічну систему нашої країни, можливість адаптувати зарубіжний досвід в сучасних реаліях України.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження теоретичних та прикладних аспектів впровадження цифрових технологій у сучасний соціально-економічний простір та визначення місця України в світовому рейтингу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

**Результати дослідження.** Теоретичні аспекти трактування та історію розвитку інформаційних технологій в контексті становлення інформаційної економіки доцільно починати дослідження інформаційно-комунікаційної технологічної (ІКТ) революції. На часі інформаційні зміни стали потужним імперативом трансформації економічної системи не лише нашої країни, а і світу. Інформаційна революція передбачає інноваційну передачу інформації, що охоплює виробничі процеси із використанням програмно-технічних засобів, інтеграцію з метою збору, обробки, збереження, поширення, відображення та використання її в інтересах користувачів. Поступово відбувається формування нового типу суспільства – інформаційний або постіндустріальний.

За результатами наукових досліджень Коліна К. К., який виділяє п'ять ІКТ революцій розвитку світового суспільства [0, с. 42]. Перша інформаційна революція (4 тис. р. до н.е.) полягала у появі мови та роздільного людського мовлення. Зароджуються процеси абстрактного мислення або інтелектуальної діяльності суспільства, що передавались від покоління до покоління. Друга інформаційна революція (середина XVI століття) супроводжувалась накопиченням та передачею інформації шляхом писемності. Це дало можливість люду накопичувати знання та передавати їх більш широкій масі населення. Третя інформаційна революція (кінець XIX ст.) почалась в епоху Відродження, яка завдяки книгодрукуванню почала вважатись ефективною інформаційною технологією. Книга стала центром розповсюдження інформації, наукових знань та інформаційної культури. Четверта інформаційна революція (кінець XIX століття) характеризується впровадженням таких комунікацій як радіо, телефон та телебачення. П'ята інформаційна революція (початок 50-х років XX століття до сьогодні) характеризується впровадженням цифрової обчислювальної техніки.

Економічна природа інформаційної економіки криється в економічних інтересах її учасників. Теоретична сутність сьогодні трактується неоднозначно, тому вбачається їх розглянути та з'ясувати.

Дефініція «інформаційне суспільство» передбачає використання концепції постіндустріального суспільства; нова історична фаза розвитку цивілізації, у якій головними продуктами виробництва є інформація і знання [0].

Під інформаційним суспільством розуміємо суспільство, для якого обробка інформації з використанням ІКТ-рішень створює значну економічну, соціальну та культурну цінність. Інформаційне суспільство характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства, зростанням частки інформаційних комунікацій, продуктів і послуг у ВВП та створенням глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб в інформаційних продуктах і послугах [0].

Основним положенням інформаційного суспільства є перехід від кількісних змін у сфері інформації та знань до якісних змін, тобто перехід на новий шабель соціального устрою. Передову роль у концепції постіндустріального суспільства відіграє цифрова революція, де основними поняттями ідентифікації її в країні або присутності є цифрова, віртуальна та інформаційна економіка. Отже, наведемо основні визначення даних понять.

У класичному розумінні цифрова економіка – це діяльність, в якій ключовими факторами виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані – як числові так і текстові. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, швидкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливає на традиційну економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що їх створює [0].

Віртуальна економіка – це особливий економічний простір, середовище, в якому здійснюється електронний бізнес, тобто це економіка, заснована на використанні інтерактивних можливостей. Таку економіку часто називають новою економікою, щоб підкреслити її сучасність, відмінність від старої, традиційної економіки. Інформатизація – це сукупність взаємозв'язаних процесів: організаційних, правових,

політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян і суспільства [0].

Інформаційна економіка – це такий тип економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів залежать головним чином від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно застосовувати інформацію, засновану на знаннях. Також інформаційну економіку можна визначити як економіку, в якій інформація є валютою та продуктом [0].

Інформаційна економіка змінює звичайні речі, починаючи від отримання прибутку підприємствами до створення глобального середовища, знищуючи межі. Виникають нові професії, цінності, явища, змінюються компетенції. В Україні становлення інформаційної економіки супроводжується виникненням нових виробничих сил, що повністю змінили матеріально-технічну базу виробництва за рахунок принесення в неї автоматизації, інформаційних ресурсів та комп'ютерної техніки; впровадженням нових інформаційних технологій у виробництво, торгівлю та послуг; зміною характеру праці, що зумовило виникнення інформаційного виду діяльності та нових форм праці, що характеризуються дистанційністю.

Розглядаючи поняття цифрової, віртуальної та інформаційної економіки слід зазначити, що ці види економік майже тотожні, в центрі уваги інноваційні технології, інтерактивні можливості, інформація та знання. Вони можуть мати вигляд ресурсів або результатів, тобто кінцевого продукту в залежності від свого життєвого циклу. Рівень поглиблення інформаційно-комунікаційних технологій є предметом уваги не лише населення країн світу, а і міжнародних організацій.

Розвитку цифрової економіки сьогодні приділяють багато уваги розвинуті країни світу. Міжнародний союз електров'язку (International Telecommunication Union, ITU) формує рейтинг індексу ICT Development Index, який характеризує рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в різних країнах світу.

Рейтинг індексу розвитку ІКТ за 2017 рік (IDI 2017) представлений у таблиці 1.

Таблиця 1

**Динаміка індексу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій  
(ICT Development Index) за період 2013-2017 рр. [0]**

Країна	2013		2014		2015		2016		2017	
	Рейтинг	Індекс	Рейтинг	Індекс	Рейтинг	Індекс	Рейтинг	Індекс	Рейтинг	Індекс
Ісландія	3	8,36	4	8,64	3	8,86	2	8,78	1	8,98
Південна Корея	1	8,57	2	8,85	1	8,93	1	8,8	2	8,85
Швейцарія	13	7,78	13	8,11	7	8,56	4	8,66	3	8,74
Данія	4	8,35	1	8,86	2	8,88	3	8,68	4	8,71
Великобританія	8	7,98	5	8,5	4	8,75	5	8,53	5	8,65
Білорусь	41	6,11	38	6,89	36	7,18	32	7,29	32	7,55
Словенія	28	6,76	31	7,13	33	7,23	33	7,20	33	7,38
Російська Федерація	40	6,19	42	6,70	45	6,91	43	6,91	45	7,07
Угорщина	42	6,10	46	6,52	48	6,82	49	6,74	48	6,93
Польща	37	6,31	44	6,60	44	6,91	50	6,73	49	6,89
Румунія	55	5,35	58	5,83	59	6,11	61	6,23	58	6,48
Молдова	65	4,74	61	5,72	66	5,81	63	6,21	59	6,45
<b>Україна</b>	<b>68</b>	<b>4,64</b>	<b>73</b>	<b>5,15</b>	<b>79</b>	<b>5,23</b>	<b>72</b>	<b>6,45</b>	<b>79</b>	<b>5,62</b>

За результатами рейтингу слід виділити лідера – Ісландію. На другому місці Південна Корея, далі йдуть Швейцарія, Данія, Великобританія.

Слід зазначити, що Україна займає у рейтингу лише 79 позицію, у порівнянні із попереднім 2013 роком позиція послабилась на 11 пунктів. Подібне падіння відбулось у Молдови на 14 пунктів, Румунії 13 пунктів, Польщі на 13 пунктів. Тобто спадна тенденція притаманна європейській країнах також, тому вкрай важливим є залучення інвестицій в розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Враховуючи спадну динаміку рейтингу ICT України урядом прийнято рішення щодо «цифровізації» нашої країни. Так, у грудні 2016 року Міністерство економічного розвитку і торгівлі України презентували проект «Цифрова адженда України – 2020» [0] поточна модель напрямів політики, першочергових сфер й ініціатив та проекту «цифровізації» України на найближчі 3 роки. У проекті визначені основні принципи розвитку цифрового середовища для розбудови цифрової економіки України. Визначено напрями впровадження ініціатив щодо трансформації державних організацій через «цифровізацію» основним стратегічним технологіям. На сьогодні в Україні існує більше 1000 ІТ-підприємств, у яких працює понад 100 тис. ІТ-фахівців: розробників, тестувальників, продакт-менеджерів та інших.

Основою економічної діяльності є підприємництво або бізнес. Ефективним на сьогоднішній день є підприємство, так як концентрує оперативну, достовірну та повну інформацію про свої підрозділи. Усі бізнес-процеси підприємства залежать від інформації, оскільки вона необхідна для зниження ризику при прийнятті бізнес-рішень та при розробці бізнес-стратегій.



Особливістю віртуальної економіки є електронна комерція або електронний бізнес.

Електронний бізнес – це діяльність компанії, спрямована на отримання прибутку, що ґрунтується на цифрових технологіях та перевагах, які вони надають. Електронний бізнес застосовується в електронній торгівлі (купівля-продаж інформаційного продукту, купівля-продаж через віртуальний магазин), мобільній торгівлі (купівля-продаж через торгові автомати, ринок побутових послуг), фінансових операціях (банківські операції, страхові операції, операції з іноземною валютою, операції на фондовій біржі), виробництві товарів і послуг в цифровому форматі даних [0].

В електронному бізнесі комерційні дії між партнерами відбуваються за допомогою обміну електронними документами в інформаційному просторі.

Зараз технології електронного бізнесу – один із важливих інструментів сучасної конкурентної боротьби. Вплив електронного бізнесу змінює всі форми діяльності великих і малих підприємств – від розробки продуктів до продажу товарів на ринку. Головним джерелом ринкової сили стає інтелект, втілений у організаційні структури дослідницьких і ринкових корпорацій, які створюють нові IT й утримують контроль над ними [0].

Електронний бізнес формується на таких технологіях як мережні технології, корпоративні, інтернет-технології, виробничі IT, система підтримки ухвалення рішень. До поняття «електронний бізнес» відносяться й безліч різних інформаційних технологічних понять: технології електронної комерції, технології електронних аукціонів, електронні банки, електронна пошта, електронний маркетинг, електронний менеджмент оперативних ресурсів, електронний менеджмент поставок, електронні брокерські послуги тощо.

Найпопулярнішими в Україні інноваційними трендами сучасного соціально-економічного середовища є цифровими технології, товари, продукти, послуги та інструменти такі як: інтернет речей, електрокари, хмарні технології, боти, 3D друк, Big data, BlockChain, RetailTech, FinTech, LegalTech, Digital-marketing, Grid-технології, GovTech, e-ID, TeleHealth, ePrescription, e-демократія, Digital-страхування, BioTech, NanoTech.

Наприклад, технологія BlockChain (блокчейн) розглядається як децентралізована прикладна технологія, яка не має центрального управління, тому перевірка справжності транзакцій проводиться за допомогою тимчасової P2P мережі, кодифікації і криптографії. В межах ланцюжка блоків здійснюється криптографічний захист і алгоритм підтвердження всіх поточних та попередніх транзакцій. Завдяки розподіленому реєстру блокчейн має за мету сприяти зниженню рівня шахрайства і підвищувати ефективність його використання, що в свою чергу, буде стимулювати інновації, змінювати бізнес-моделі, приміром виключати посередників [0 с. 38].

Важливо, що серед усіх сучасних розробок та винаходів для бізнесу, найбільш популярними є боти та хмари. Хоча, їх використання знаходиться на початковому етапі, вони стають важливою та помітною частиною повсякденності.

Боти – в перекладі з чеської означає «робот». Саме бот-технології стають останнім трендом для компаній, перш за все – роздрібного бізнесу. Вони дозволяють оптимізувати витрати та процеси, та вже сьогодні, за експертною оцінкою, здатні виконувати більш ніж 80% задач, які існують у комунікаціях між компанією та роздрібним клієнтом, чи всередині корпорації [0].

Боти здатні спілкуватися з клієнтами, надавати їм консультації, займатися пошуком і ранжуванням потрібної інформації, розсилати комерційні пропозиції і навіть здійснювати продажі, а також відповідати на запити одразу величезній кількості клієнтів. Застосування ботів сприяє значній економії ресурсів: часу та грошей. Можливість економити кошти існує за рахунок автоматизації та прискорення виконання рутинних процесів. Боти також успішно виконують збір та обробку даних про клієнтів, включення їх до корпоративної бази даних, організацію опитувань і збір відгуків про продукт компанії, планування й нагадування про зустрічі тощо.

Боти дозволяють компаніям постійно підтримувати зв'язок зі своїми клієнтами і не втрачати можливості отримувати прибуток. Для ботів немає обідніх перерв і неробочих годин. Споживачі також раді, що можуть отримати допомогу в будь-який час доби, тижня і року – саме тоді, коли вони її потребують, поки їхні питання ще актуальні та інтерес не зник. Боти швидко продукують точні відповіді. Менше, ніж секунди потрібні, щоб співставити запитувану інформацію з базою даних знань і згенерувати результат. Вони не тратають зайвого часу на роздуми, пошуки, згадування і відкривання багатьох вкладок браузера [0].

Боти працюють у таких українських компаніях як ПрАТ «Київстар», АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Альфа-Банк», ТОВ «Нова пошта». Це гарний тренд для сфери обслуговування, що дозволяє бізнесу відповідати на питання користувачів оперативно через сучасні технології. За прогнозами експертів, все більше українських компаній будуть використовувати бот-технології у повсякденній роботі.

Головна задача бота – виконати якусь задачу більш простим та швидким шляхом, ніж це можна було зробити через додаток або сайт. Усі процеси по поєднанню ботів з різними програмами відбуваються у хмарах.

Хмара – це нова технологія використання серверних ресурсів, яка допомагає задіяти всю доступну потужність процесорів і об'єм оперативної пам'яті, розділяючи їх між різними незалежними завданнями. До

основних хмарних середовищ належать: Dropbox, Google Drive, Microsoft SkyDrive, E-disk, Хмара Mail.Ru, Файлообмінник MEGA. Хмарні середовища мають достатньо переваг: усі необхідні дані доступні в будь-якій точці планети; вся інформація, що зберігається у «хмарі», захищена декількома рівнями безпеки; використання хмарних технологій завжди обходиться бізнесу дешевше, ніж створення та постійна підтримка необхідної інфраструктури; забезпечення спільного доступу до інформації; віртуальне робоче місце; низькі первинні витрати (оренда програмного забезпечення); мобільність використання та доступ до значних обчислювальних потужностей.

В Україні відсоток компаній, що використовують «хмари», найвищий серед всіх країн Європи – 86%. В середньому по світу він становить 53%. Ринок хмарних послуг в Україні швидко розвивається, замовники мігрують в «хмари» не тільки легкі додатки, але і бази даних, і критичні для бізнесу додатки, а то й цілком весь центр обробки даних.

Активне використання віртуалізації і хмарних технологій дає можливість централізації функцій підтримки і адміністрування. Це відразу дає можливості економії коштів на програмно-апаратні комплекси та оптимізації кількості задіяного персоналу. Клієнтам це дає можливість швидше отримати доступ до нових продуктів [3].

Перераховані цифрові технології проходять стадію випробування або вже впроваджені в Україні. Вони посилюють ефективність української промисловості, а в окремих галузях вони стають передумовою продуктових та виробничих стратегій. Завдяки їх впровадженню змінюється класична модель бізнесу, виробничі ланцюги вартості та обумовлює виникнення інновацій. У соціально-економічному середовищі інтернет і цифрові (digital- діджитал) технології трансформують життя людей. Відбувається інтеграція на рівні особистості, на рівні громади, на рівні бізнесу. Сьогодні в нашій країні вже великі українські компанії мають у своїх активах ботів для організації спілкування з клієнтами або формування нового продукту.

Діджиталізація світової торгівлі у своєму розвитку вже досягла певних результатів. Так, Європейська Комісія оприлюднила 6 травня 2015 року документ, що стосується Європейського парламенту, Європейських економічного і соціального комітетів та комітету регіонів щодо найактуальнішої ініціативи під назвою «Стратегія діджитального єдиного ринку для Європи» («A Digital Single Market Strategy for Europe»), скорочено - DSM. [0]

Для України діджиталізація носить позитивний соціально-економічний характер, так як зосереджена на поліпшенні якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги. Загальною закономірністю цифрової економіки є використання технологій цифрових трансформацій реальних бізнес-процесів, які орієнтуються на конкретного споживача і всебічне використання інформації як рушійного ресурсу.

**Висновки.** На нашу думку, цифровізація бізнес-процесів та становлення діджитал економіки набуває особливої інтенсифікації, вона становиться все більш актуальною та необхідною. Проте, слід виважено ставитись до інформаційно-комунікаційних технологій, так як вони мають двобічний характер – і позитивний і може бути і негативний. Це стосується і конкретних обставин, і їх реалізації в конкретному місці, і звичайно економічних прибутків/збитків. Враховуючи те, що сьогодні в світі вже існує перший екземпляр квантового комп'ютера та здійснюються випробування інших, така революційна інновація може вплинути на перебіг інформаційно-комунікаційних подій. Тому головне місце в проекті «Цифрова адженда України – 2020» має зайняти саме кібербезпека національної економіки (особливо фінансового сектора), так як кібербезпека є гарантом в інформаційно-комунікаційних технологіях.

Отже, сучасне українське суспільство перебуває на новій стадії розвитку, де головну роль виконує інформація, а також економіка, що будується на ній. Сьогодні неможливо уявити галузь економіки та її людської діяльності в цілому, в якій би не застосовувалися комп'ютерна техніка та, відповідно, інформаційні системи та інформаційні технології. Застосування сучасних інформаційних технологій дозволяє підвищити рівень інформаційного забезпечення процесів управління та його ефективність, а також несе важливу роль, оскільки без них економіка, бізнес, окремо взяті підприємства залишатимуться серед відстаючих. Новітні технології, зокрема боти та хмари, значно полегшують систему управління бізнес-процесами, дозволяють ефективніше та якісніше розв'язати поставлені завдання.

### Література

1. Войнаренко М.П., Джулій Л.В., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Управління розвитком інноваційних бізнес-процесів за умов використання автоматизованих інформаційних систем. Науковий журнал "Маркетинг і менеджмент інновацій". № 4 – 2017 р. с. 133 – 148 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/133-148>
2. Войнаренко М.П. Блокчейн як інновація безпеки в схемах нової економіки / М.П. Войнаренко, В. В. Гурочкіна // Україна – територія можливостей для розвитку підприємництва: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Економічні перспективи підприємництва в Україні], (26–27 жовтня 2017 р., м. Ірпінь) : у 2 ч. Ч. 1. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2017. – 657 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 101). - С. 37-39.
3. Гурочкіна В.В. Діджиталізація сучасних бізнес-процесів: матеріали науково-практичного круглого столу «Оподаткування та економічна безпека держави в епоху діджиталізації», м. Ірпінь, 23 лютого 2018 р. Ірпінь, 2018. С. 202-205.
4. Довгань Л.С., Козинець А.В. Розвиток IT-сфери: проблеми та шляхи вирішення в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Збірник наукових праць молодих вчених НТУ України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» / Довгань Л.С., Козинець А.В. – К. : Вид. НТУ, № 12. - 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/130936/126661>

5. Іванченко Н. О. Головні аспекти впливу інформаційних технологій на сфери обміну та споживання / Н. О. Іванченко, М. О. Бусяк. // Технології та дизайн. - 2016. - № 1. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2016\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_1_8)
6. Інформаційне суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. – К. : Фонд «Інформаційне Суспільство України». – 2004. – 309 с.
7. Інформаційні системи в економіці : навчальний посібник / Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с. (Укр. мов.)
8. Інформаційні системи і технології в економіці / за ред. д.е.н. В. С. Пономаренка. – К. : "Видавничий центр Академія", 2002. – 542 с.
9. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.
10. Колин К.К. Социальная информатика / К.К. Колин: Учеб. пособие для вузов. М.: Академический Проект, Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
11. Малік І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І. П. Малік // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2013. – Випуск 1 (14). – С. 25-34.
12. Переваги та недоліки використання чат-ботів для бізнесу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://internetdevels.ua/blog/pros-and-cons-of-using-chatbots-for-business>
13. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації / документ 67-2018-р., чинний, поточна редакція – прийняття від 17.01.2018. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
14. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.
15. Цифрова аджеда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. [Електронний ресурс] / HITECH office. – грудень 2016. – 90 с. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 22.11.2017.
16. ICT Development Index 2017. International Telecommunication Union, ITU. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html>
17. The Global Competitiveness Report 2016–2017. World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf)

### References

1. Vojnarenko M.P., Dzhulij L.V., Kuz'mina O.M., Janchuk T.V. Upravlinnja rozvitkom innovacijnih biznes-procesiv za umov vikoristannja avtomatizovanih informacijnih sistem. Naukovij zhurnal "Marketing i menedzhment innovacij". № 4 – 2017 r. s. 133 – 148 [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/133-148>
2. Vojnarenko M.P. Blokchejn jak innovacija bezpeki v shemah novoї ekonomiki / M.P. Vojnarenko, V. V. Gurochkina // Ukraina – teritorija mozhlivostej dlja rozvitku pidpriemnictva: zbirnik materialiv mizhnarodnoї naukovo-praktichnoї internet-konferencii [Ekonomichni perspektivi pidpriemnictva v Ukraini], (26–27 zhovtnja 2017 r., m. Irpin') : u 2 ch. Ch. 1. – Irpin' : Universitet DFS Ukraini, 2017. – 657 s. – (Serija «Podatkova ta mitna sprava v Ukraini», t. 101). - S. 37-39.
3. Gurochkina V.V. Didzhitalizacija suchasnih biznes-procesiv: materialy naukovo-praktichnogo kruglogo stolu «Opodatkuvannja ta ekonomichna bezpeka derzhavi v epohu didzhitalizacii», m. Irpin', 23 ljutogo 2018 r. Irpin', 2018. S. 202-205.
4. Dovgan' L.C., Kozinec' A.V. Rozvitok IT-sferi: problemi ta shljahi virishennja v zabezpechenni konkurentospromozhnosti vitchiznjanij pidpriemstv. Zbirnik naukovih prac' molodijh vchenih NTU Ukraini «Kiiv'skij politehničnij institut imeni Igorja Sikors'kogo» / Dovgan' L.C., Kozinec' A.V. – K. : Vid. NTU, № 12. - 2018. [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/130936/126661>
5. Іванченко Н. О. Головні аспекти впливу інформаційних технологій на сфери обміну та споживання / Н. О. Іванченко, М. О. Бусяк. // Технології та дизайн. - 2016. - № 1. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2016\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_1_8)
6. Інформаційне суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. – К. : Фонд «Інформаційне Суспільство України». – 2004. – 309 с.
7. Інформаційні системи в економіці : навчальний посібник / Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с. (Укр. мов.)
8. Інформаційні системи і технології в економіці / за ред. д.е.н. В. С. Пономаренка. – К. : "Видавничий центр Академія", 2002. – 542 с.
9. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.
10. Колин К.К. Социальная информатика / К.К. Колин: Учеб. пособие для вузов. М.: Академический Проект, Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
11. Малік І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І. П. Малік // Вісник Шидноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2013. – Випуск 1 (14). – С. 25-34.
12. Переваги та недоліки використання чат-ботів для бізнесу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://internetdevels.ua/blog/pros-and-cons-of-using-chatbots-for-business>
13. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації / документ 67-2018-р., чинний, поточна редакція – прийняття від 17.01.2018. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
14. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.
15. Цифрова аджеда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. [Електронний ресурс] / HITECH office. – грудень 2016. – 90 с. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 22.11.2017.
16. ICT Development Index 2017. International Telecommunication Union, ITU. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html>
17. The Global Competitiveness Report 2016–2017. World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf)

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-68-72

КВІЛІНСЬКИЙ О.С.  
Європейський університет

## ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*В статті проаналізовано підходи до автоматизації управління промисловим підприємством, визначено особливості впровадження адаптивної автоматизованої системи управління підприємством. Доведено, що впровадження в практику промислових підприємств запропонованих методичних підходів з автоматизації управління сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності.*

*Ключові слова: автоматизація, управління, промислове підприємство, адаптивність, інформаційні технології, управлінські рішення.*

КВІЛІНСЬКИЙ О.С.  
Європейський університет

## SOME APPROACHES TO INDUSTRIAL AUTOMATION MANAGEMENT

*The paper analyzes the approaches to the automation of the management of an industrial enterprise, specifies the peculiarities of introducing an adaptive automated enterprise management system. It is proved that introduction in the industrial enterprise of information technologies taking into account risks of economic activity requires integration of the risk management system into an information system or adaptive ASME. To succeed this process requires that the executives have the experience and the necessary qualifications, possess the necessary knowledge and methods of solving tasks at certain stages of the implementation process. It has been determined that during the introduction of information technologies, namely, adaptive ASME, risks become more predictable, transparent and manageable, which makes it possible to successfully manage enterprise. In conditions of economic development in our country, in the period of formation and rapid development of market relations, the intensification of competition, the price of the administrative decisions is sharply increasing. The effectiveness of management in general is a decisive factor in the stable operation of the enterprise, and more often, and the condition of its existence. This fact is now being recognized by many business leaders.*

*The introduction of an information technology enterprise into an industrial enterprise taking into account the risks of economic activity requires the integration of the risk management system into an information system or an adaptive ASM. To succeed this process requires that the executives have the experience and the necessary qualifications, possess the necessary knowledge and methods of solving tasks at certain stages of the implementation process. During the implementation of information technology, namely, adaptive ASM, risks become more predictable, transparent and manageable, enabling successful business management. Consequently, the introduction into practice of industrial enterprises of the proposed methodological approaches to automation of management will increase the efficiency of economic activity.*

*Keywords: automation, management, industrial enterprise, adaptability, information technologies, managerial decisions.*

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку економіки в нашій країні, в період становлення і бурхливого розвитку ринкових відносин, загострення конкурентної боротьби, різко зростає ціна прийнятих управлінських рішень. Ефективність управління в цілому є вирішальним фактором стабільної роботи підприємства, а найчастіше і умовою його існування. Цей факт зараз усвідомлюється багатьма керівниками підприємств.

У той же час, у зв'язку із збільшеною складністю самого процесу управління, керівники підприємств починають усвідомлювати, що сьогодні керувати традиційними "командними" методами, ґрунтуючись в основному на інтуїції і досвіді, об'єктивно неможливо.

Ситуацію ускладнюють в даний час тенденції в управлінні сучасними підприємствами:

- це, в першу чергу, необхідність постійного підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається за рахунок підвищення її якості і одночасного зниження собівартості;
- скорочення термінів створення і освоєння нових виробів при одночасному збільшенні їх номенклатури;
- різке збільшення кількості як постачальників матеріалів і комплектуючих, так і споживачів продукції, що випускається;
- загострення конкуренції внаслідок насичення ринку і падіння попиту, що призводить до зниження норми прибутку підприємств і роботи з мінімальною рентабельністю.

Ці тенденції можуть стати серйозними проблемами аж до виникнення кризових ситуацій в управлінні підприємствами через неможливість управляти ефективно старими традиційними методами.

Тому використання сучасних інформаційних технологій на всіх рівнях управління - єдино можливий шлях вирішення даної проблеми. Сьогоднішній етап їх застосування характеризується використанням комплексних автоматизованих систем управління і прийняття рішень, які здатні надавати достовірну інформацію, аналізувати і пропонувати шляхи вирішення актуальних проблем, що стоять перед підприємствами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблему інформаційного забезпечення процесів управління на промислових підприємствах досліджували багато вітчизняних учених, серед яких: М.В. Верескун, В.М. Глушков, В.М. Гужва, М.М. Лепа, В.С. Пономаренко, В.Ф. Ситник, О.І. Черняк та інші. Упровадження нових ІТ на підприємствах різних галузей для автоматизації управління процесів виробництва й підвищення рівня обґрунтування управлінських рішень [2]. Необхідність упровадження сучасних ІТ обґрунтовано в науковій праці [3]. Дослідження впливу вдосконалення програмного та апаратного забезпечення ІТ систем на методологію управління підприємствами виконано в статті [4].

Крайністю є механічне описання застосування певних програм з окремих галузевих питань. С.В. Іваненко послідовно висвітлює теоретичні засади впровадження комп'ютерних інформаційних систем підприємства [1] та деякі прикладні аспекти з цього напрямку.

**Виклад основного матеріалу.** Разом з тим необхідність подальших досліджень визначається пошуком напрямів застосування сучасних технологій управління виробничою діяльністю підприємства. Існує необхідність формалізації та оптимізації процесів управління, проектування і створення інформаційних систем управління промисловими підприємствами, розробці математичного та програмного забезпечення, моделювання процесів підготовки і прийняття управлінських рішень.

Світовими лідерами за кількістю впроваджень на великих підприємствах є компанії SAP AG (Німеччина) та Oracle Corporation (США). Вони мають досить сильні позиції у галузях, де стандарти бізнес-процесів аналогічні в усьому світі (хімічна, гірнична і металургійна промисловість, телекомунікації, банки), це зменшує витрати на впровадження й обслуговування системи.

Проте необхідно зазначити, що реінжиніринг бізнес-процесів практично неможливий без застосування корпоративних інформаційних систем, які забезпечують підтримку управління діловими процесами на усіх рівнях. На відміну від канонічного підходу до автоматизації окремих функцій управління у вигляді локальних автоматизованих робочих місць (АРМ), що не змінюють існуючу технологію управління, використання корпоративних інформаційних систем припускає трансформацію системи на основі концепції автоматизації управління наскрізними бізнес-процесами [5].

Автоматизація управління реалізується за такими основними напрямками:

- дослідження та оптимізація систем управління промисловими підприємствами;
- розробка та реалізація економіко-математичних і інформаційних моделей систем управління промисловими підприємствами;
- формалізація бізнес-процесів підприємства до рівня функціональних моделей і моделей потоків даних;
- проектування баз знань і баз даних інформаційних систем підприємств;
- розробка, впровадження, дослідна експлуатація та супровід інформаційних систем управління підприємствами класу MRP II і ERP;
- розробка та впровадження спеціалізованих іт-рішень, максимально орієнтованих на специфічні бізнес-процеси різних галузей (виробництво, видобуток, зв'язок, освіта, бюджетна сфера, державне управління).

Автоматизована система управління (АСУ) за своєю структурою і комплексом розв'язуваних завдань повинна вписуватися у вимоги відомого світового стандарту MPRII (Manufacturing Resource Planning - планування ресурсів виробництва) і його подальшого розвитку ERP (Enterprise Resource Planning - планування ресурсів підприємства) [6, 7, 8-12].

Автоматизована система управління, повинна бути заснованою на використанні єдиної інформаційної бази, побудованої на єдиній ідеології, яка охоплює організаційні, програмні, технологічні, методичні та інші аспекти системи управління за напрямками: технічна підготовка виробництва; керування виробництвом; управління матеріально-технічним забезпеченням; управління витратами; збут і маркетинг; бухгалтерський і податковий облік; управління персоналом; планування та облік заробітної плати; аналіз господарської діяльності. Вона інтегрує всю управлінську інформацію, здатна видавати її у вигляді, зручному для аналізу і ухвалення рішень.

Таким чином, маючи всю необхідну інформацію про реальний поточний стан підприємства, яка структурована таким чином, що виявляються всі «вузькі місця», керівник контролює всю виробничо-господарську діяльність. Це є головним фактором, основною умовою того, що підприємство отримує віддачу від інвестицій, спрямованих на розвиток інформаційних технологій на підприємстві.

Автоматизована система управління підприємством повинна охоплювати всі основні сторони виробничої, фінансової і господарської діяльності підприємства і складається з цілого ряду процедур і модулів, що автоматизують певні функції управління і завдання розрахунків і аналізу даних про підприємство.

Промисловому підприємству необхідна адаптивна автоматизація управління шляхом впровадження системи «під ключ». У цьому полягає принципова відмінність від використання в якості інформаційної системи підприємствами «коробкових» версій, коли фірма-розробник не приймає участь у впровадженні системи а працює, як правило, через дилерів, які здійснюють тільки первинне налаштування та установку, абсолютно ігноруючи специфіку конкретного підприємства.

При такому підході процес впровадження доводиться до кінцевого результату з точки зору підприємства, оскільки при індивідуальній розробці та налагодженню системи враховуються всі особливості до найменших нюансів. Причому, при впровадженні відбувається не тільки настройка системи, але і консалтинг, що дозволить використовувати весь попередній досвід і сучасні концепції автоматизації управління підприємством. При цьому адаптація системи під конкретні підприємства відбувається з максимальною орієнтацією на сформовані структури і методи управління.

Впровадження та подальша експлуатація ефективної АСУ, як показує практика, передбачає досягнення наступних техніко-економічних показників:

1. У матеріально-технічному постачанні і складському обліку:

- Зниження рівня запасів матеріальних цінностей на виробництво на 10-40%.

- Усунення неврахованих залишків і нестач через втрату документів на 3-5%.

- Контроль цін закупівель матеріалів за рахунок порівняння цін одних і тих же матеріалів за певний період дозволить виявити різницю по деяких позиціях в 2-3 рази.

2. У виробництві:

- Скорочення часу проходження замовлення у виробництві і зниження втрат від простоїв обладнання на 10-30%.

- Зниження обсягу незавершеного виробництва в цехах за рахунок оперативно-виробничого планування та обліку виробництва на 5-10%.

- Зниження частки понаднормових робіт і ліквідація авралів за рахунок календарного планування трудових і матеріальних ресурсів на 10-15%.

3. В управлінні збутом продукції:

- Скорочення запасів готової продукції на складах за рахунок позамовного планування та обліку виробництва.

- Наскрізний планування, облік і диспетчеризація замовлень покупців за рахунок жорсткої формалізації ланцюжка процедур - прийом, оформлення, оплата, виробництво і відвантаження продукції покупцеві дозволять значно скоротити час від прийому замовлення до його відвантаження.

- Контроль цін відвантаження, аналіз структури і динаміки відвантаження дозволить виключити заниження цін при відвантаженні продукції і прогнозувати ринкові тенденції.

В даний час, внаслідок бурхливого розвитку обчислювальної техніки та інформаційних технологій, впровадження засобів автоматизації в процес управління підприємствами відбувається, здебільшого, безсистемно і в достатній мірі волонтаристськи. Склалося кілька підходів до вирішення даних питань:

1) Купівля «коробкових» продуктів.

Основні недоліки:

- програми призначені не для комплексної автоматизації, а орієнтовані на окремі функції (в основному, бухгалтерії); інформаційні нестиківки доводиться заповнювати «ручними» технологіями, що породжує масу проблем достовірності та своєчасності інформації, що, в свою чергу, впливає на якість управлінських рішень;

- фірми-розробники не беруть участь у впровадженні програмних продуктів, а працюють через дилерів, які здійснюють тільки установку і первинне налаштування, абсолютно ігноруючи специфіку конкретного підприємства;

- оскільки настройка на специфічні вимоги замовника відсутня, то автоматизацією охоплена тільки частина функцій, і, як правило, не найважливіших.

2) Розробка і впровадження комплексних систем власними силами.

Свого часу багато промислових підприємств, особливо досить великі, мають у своїй структурі відділи АСУ, йшли саме таким шляхом. Однак в даний час такий підхід, на наш погляд, є недоцільним з наступних причин:

- складність сучасних програмних засобів настільки велика, що програмісти і розробники заводських відділів АСУ не в змозі забезпечити необхідний рівень розробок. Сил вистачає тільки на вирішення поточних проблем, тому більшість «доморощених» систем страждає відсутністю системного підходу, електичністю використовуваних технологій і наявністю великої кількості нестиківок на всіх рівнях по всіх підсистемах;

- розробка сучасної комплексної автоматизованої системи вимагає такої кількості коштів і часу, що цього не може собі дозволити жодна, навіть велике, підприємство.

3) Придбання іноземних систем.

На сучасному вітчизняному ринку представлено цілий ряд зарубіжних систем різних за класом, за вартістю, за охопленням вирішуваних завдань.

Аналіз результатів впровадження таких систем на вітчизняних підприємствах показує, що, по-перше, їх кількість можна буквально перерахувати по пальцях, а, по-друге, навіть якщо впровадження і сталося, то мова може йти, в кращому випадку, про впровадження окремих модулів, а не всього комплексу в цілому.

Причини такого становища криються в складнощях адаптації іноземних систем до умов вітчизняного виробництва. У нас прийнято стандарти ЕСКД і ЕСТД, що відрізняються від іноземних, у нас

інші методи і схеми оперативного управління виробництвом, пов'язані з наявністю цехової структури (на відміну від безцеховою, прийнятої на Заході), технологічна спеціалізація виробництва і т.д. Все це створює значні, а часто і непереборні труднощі при впровадженні закордонних систем. Тому успішна експлуатація подібних систем на Заході аж ніяк не гарантує успішність проекту на Україні. Крім того, ціна таких систем приблизно на порядок вище, ніж аналогічних вітчизняних розробок.

Необхідно відзначити, що впровадження системи повинно бути комплексним. Використання тільки частини функцій і підсистем веде до розриву функціональних зв'язків і різкого зниження ефективності всієї системи. До незаперечних переваг системи адаптивної АСУ, що визначає її конкурентні переваги відносяться:

- комплексність системи, яка розглядає всі функції управління як єдиний організм;
- орієнтація і врахування специфіки саме вітчизняних підприємств;
- приведення і настройка модулів системи до конкретного підприємства;
- відкрита архітектура систем, що забезпечує можливість користувачеві успішне супровід.

Таким чином, в результаті впровадження адаптивної АСУ на підприємстві можуть бути реалізовані наступні цілі:

- за рахунок впровадження принципів, заснованих на MRP-стандартах управління виробництвом, відбувається скорочення витрат виробництва і підвищення ефективності управління ресурсами;
- за рахунок надання керівництву підприємства своєчасної та достовірної інформації про стан виробничого процесу і аналізі економічної ситуації забезпечується підвищення якості продукції, що випускається і її конкурентоспроможності;
- здійснюється оперативний контроль фінансового стану підприємства буквально в реальному часі, що створює умови для зростання доходів через цілеспрямоване управління собівартістю продукції;
- за рахунок формалізації всіх бізнес-процесів підвищується координація діяльності служб підприємства, що підвищує оперативність і загальну якість їх роботи.

Західний підхід має передбачувані рамки впровадження ERP системи:

Управління виробничими процесами здійснюватиметься за допомогою автоматизованих систем управління технологічними процесами (АСУТП) і системи автоматизації управління виробничими операціями. Передбачається наступний поділ завдань між цими системами

Завдання ERP системи:

1. Облік виробництва: розрахунок планової і фактичної собівартості вироблених продуктів (на підставі агрегованих даних про рух матеріалів та використання енергоресурсів, отриманих з MES системи)
2. Управління закупівлями: спосіб і консолідація заявок від цехів на отримання допоміжних матеріалів; планування потреби в матеріалах (на підставі замовлень цехів, а також агрегованих даних про рух матеріалів, отриманих з MES системи); управління замовленнями закупівель.
3. Управління кредиторською заборгованістю та платежами постачальникам
4. Управління замовленнями продажу і дебіторською заборгованістю
5. Фінансовий облік
6. Податковий облік
7. Управління персоналом
8. Розрахунок заробленої плати
9. Технічне обслуговування та ремонт обладнання (ТОРО)

Інтервали часу, що застосовуються в ERP системі: рік, місяць, день.

Завдання, що не передбачається вирішувати за допомогою ERP системи:

Управління виробничими операціями (Manufacturing Operations Management):

1. Розподіл і контроль ресурсів, безпосередньо залучених до процесу виробництва (машини, інструменти, матеріали, персонал тощо) (Resource allocation and control)
2. Диспетчеризація виробництва (Dispatching production)
3. Збір технологічних даних (Data collection and acquisition)
4. Контроль якості виробничих операцій (Quality operations management)
5. Моніторинг технологічного процесу (частково перетинається з АСУПТ) (Process management)
6. Відстеження виробничого процесу (Production tracking)
7. Аналіз продуктивності (Performance analysis)
8. Детальне планування (Operations and detailed scheduling)
9. Формування необхідних документів (Document control)
10. Оперативне управління виробничим персоналом (Labor management)
11. Облік руху та залишків матеріалів (Movement, storage and tracking of materials)

**Висновки.** Запровадження на промисловому підприємстві інформаційних технологій з урахуванням ризиків господарської діяльності потребує інтеграції системи ризик-менеджменту в інформаційну систему або адаптивну АСУП. Для успішного перебігу такого процесу необхідно, щоб виконавці мали досвід і необхідну кваліфікацію, володіли необхідними знаннями та методами розв'язання задач на визначених етапах процесу впровадження. Під час впровадження інформаційних технологій а саме адаптивних АСУП

ризиків стають більш передбачуваними, прозорими й керованими, що дає змогу успішно здійснювати управління підприємством. Отже, впровадження в практику промислових підприємств запропонованих методичних підходів з автоматизації управління сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності.

### Література

1. Івахненко С. Сучасні інформаційні технології управління підприємством та бухгалтерія: проблеми і виклики // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №4. – С. 52–58.
2. Пономаренко В. С. Інформаційні системи в економіці: навчальний посібник / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова та ін. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с.
3. Клепкова О. А. Сучасний стан і роль інформаційних технологій в управлінні підприємством / О. А. Клепкова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: зб. наук. праць. Серія: Економіка і менеджмент. Вип. 5. – Одеса, 2013. – С. 74–78.
4. Верескун М. В. Розвиток інформаційних технологій як фактор трансформації методології управління підприємствами / М. В. Верескун, О. Ю. Гусева, Д. В. Ляшко // Ефективна економіка. – 2015. – № 12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
5. Макарова М.В. Інформаційні системи у сучасній системі менеджменту промислових підприємств/ М.В. Макарова/ Моделювання регіональної економіки, 2012 - Інформаційний ресурс. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456B2.pdf>
6. Інформаційні системи в економіці: монографія / [С. В. Устенко, А. М. Береза, Г. П. Галузінський та ін.] ; за заг. ред. С. В. Устенка ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т імені Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2012. - 425 с.
7. Хаммер М. Реінжиніринг корпорації: Манифест революції в бізнесі / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи; пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.
8. Anthony R. Management Control Systems / R. Anthony, V. Govindarajan. – Chicago.: Mc-Graw-Hill IRWIN, 2007. – 784 p.
9. Kwilinski A. Mechanism of modernization of industrial sphere of industrial enterprise in accordance with requirements of the information economy / A. Kwilinski // Marketing and Management of Innovations. – 2018. – № 4. – С. 116-128. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-11>
10. Kwilinski A. Formation of the entrepreneurship model of e-business in the context of the introduction of information and communication technologies / A. Kwilinski, N. Dalevska, S. Kravchenko, I. Hroznyi, I. Kovalenko // Journal of Entrepreneurship Education. – 2019. – № 22 (Special Issue 1: Entrepreneurship: Investment and Innovation). – С. 1528-2651-22-S1-337: 1-7.
11. Lakhno V. Model of managing of the procedure of mutual financial investing in information technologies and smart city systems / V. Lakhno, V. Maluykov, T. Bochulia, Z. Hipters, A. Kwilinski, O. Tomashevskaya // International Journal of Civil Engineering and Technology. – 2018. – № 9(8). – С. 1802-1812. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/IJCIET\\_09\\_08\\_181/IJCIET\\_09\\_08\\_181.pdf](http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/IJCIET_09_08_181/IJCIET_09_08_181.pdf)
12. Tkachenko V. Assessment of information technologies influence on financial security of economy / V. Tkachenko, A. Kwilinski, O. Korystin, N. Svyrydiuk, I. Tkachenko // Journal of Security and Sustainability. – 2019. – № 8(3). – С. 375-385. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3\(7\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3(7))

### References

1. Ivakhnenkov S. Modern Information Technologies of Enterprise Management and Accounting: Problems and Challenges // Accounting and Audit, 2006. №4. P. 52-58.
2. Ponomarenko V. S. Information Systems in Economics: Textbook / V. S. Ponomarenko, I. O. Zolotaryova, R. K. Butov and others. H. : View. KhNEU, 2011. 176 p.
3. Klepkova O. A. Modern state and role of information technologies in the management of the enterprise / O. A. Klepkova // Scientific Bulletin of the International Humanitarian University: Sb. sciences works Series: Economics and Management. № 5. Odessa, 2013. P. 74- 78.
4. Vereskun MV Development of Information Technologies as a Transformation Factor for Enterprise Management Methodology / MV Vereskun, O. Yu. Guseva, D. V. Lyashko // Effective Economics, 2015 No.12. [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.economy.nauka.com.ua>
5. Makarova MV Information systems in the modern system of management of industrial enterprises / M.V. Makarova / Modeling of regional economy, 2012 Information resource. Access mode: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456B2.pdf>
6. Information systems in economics: monograph / [S. V. Ustenko, A. M. Bereza, G. P. Galuzinsky and others.]; for community edit SV Ustenka; The state higher teach shut up "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman". K.: KNEU, 2012. 425 p.
7. Hammer M. Reengineering Corporation: Manifest Revolution in Business / Michael Hammer, James Cumpi; per. from english Yu. E. Kornilovich. M. : Mann, Ivanov and Ferber, 2006. 287p.
8. Anthony R. Management Control Systems / R. Anthony, V. Govindarajan. Chicago: Mc-Graw-Hill IRWIN, 2007. 784 p.
9. Kwilinski A. Mechanism of modernization of the industrial sphere of industrial enterprises in accordance with the requirements of the information economy / A. Kwilinski // Marketing and Management of Innovations, 2018 No. 4 p. 116-128. [Electronic resource]. - Access mode: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-11>
10. Kwilinski A. Formation of the entrepreneurship model of e-business in the context of the introduction of information and communication technologies / A. Kwilinski, N. Dalevska, S. Kravchenko, I. Hroznyi, I. Kovalenko // Journal of Entrepreneurship Education. 2019. No. 22 (Special Issue 1: Entrepreneurship: Investment and Innovation). C. 1528-2651-22-S1-337: 1-7.
11. Lakhno V. Model of management of the mutual financial investments in information technologies and smart city systems / V. Lakhno, V. Maluykov, T. Bochulia, Z. Hipters, A. Kwilinski, O. Tomashevskaya // International Journal of Civil Engineering and Technology. - 2018. - No. 9 (8). - C. 1802-1812. [Electronic resource]. Access mode: [http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/IJCIET\\_09\\_08\\_181/IJCIET\\_09\\_08\\_181.pdf](http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/IJCIET_09_08_181/IJCIET_09_08_181.pdf)
12. Tkachenko V. Evaluation of information technologies influence on financial security of economy / V. Tkachenko, A. Kwilinski, O. Korystin, N. Svyrydiuk, I. Tkachenko // Journal of Security and Sustainability, 2019 No. 8 (3). p. 375-385. [Electronic resource]. - Access mode: [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3\(7\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3(7))



УДК 338

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-73-76

ПЕДАН М.Л.

Хмельницький національний університет

## МАРКЕТИНГ В ЕФЕКТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті наведено значення маркетингу як науки та практичної діяльності, висвітлено фундаментальні завдання системи маркетингу на підприємстві. Охарактеризовано важливість розвитку концепції маркетингового менеджменту із використанням новітніх підходів до управління. Розкрито взаємозв'язки функцій менеджменту підприємства із функціями управління маркетингом. Визначено підходи до управління маркетинговою діяльністю, які використовуються для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності. Деталізовано особливості оцінювання ефективності маркетингової діяльності в системі менеджменту підприємства.*

*Ключові слова: система управління підприємством, маркетинг, концепція маркетингового менеджменту, оцінювання маркетингової діяльності.*

PEDAN M.

Khmelnitsky National University

## MARKETING IN THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF ENTERPRISES

*The article presents the importance of marketing as a science and practical activity, the fundamental tasks of the marketing system at the enterprise are highlighted. The importance of development of the concept of marketing management with the use of the newest approaches to management is characterized. The relationship between the functions of management with marketing management functions is disclosed. The approaches to the management of marketing activities, which are used to increase the efficiency of financial and economic activity, are determined. The peculiarities of evaluation of the effectiveness of marketing activity in the enterprise management system are detailed.*

*Key words: enterprise management system, marketing, concept of marketing management, evaluation of marketing activity.*

**Постановка проблеми.** На сьогодні більшість підприємств функціонує у не досить сприятливих умовах під дією, як внутрішніх так і зовнішніх факторів, тому керівництво (фахівці підприємства) змушені постійно шукати шляхи покращення ефективності фінансово-господарської діяльності, адаптуючись до виникаючих економічних змін. Для забезпечення стабільного функціонування промислового підприємства, велике значення відіграє маркетингова діяльність, яка пов'язана із усіма господарськими процесами, що відбуваються на підприємстві. Особливо, дане питання актуальне у період потреби підвищення конкурентоспроможності підприємств, потреби оновлення технологічної бази для виробництва конкурентоздатних виробів, розширення зовнішніх ринків збуту продукції тощо. Як для вітчизняних, так і для зарубіжних суб'єктів ведення бізнесу за нинішніх умов господарювання, маркетинг є однією із найвагоміших концепцій управління господарюючим суб'єктом, впровадження засад якої надає змогу підвищити ефективність діяльності в поточній та стратегічній перспективі, забезпечити стійкий попит на продукцію та використовувати ефективний інструментарій збуту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою управління підприємствами та, безпосередньо, такою функцією як маркетинг займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, серед них: Бондаренко В.М., Величко Т.Г., Войчак А.В., Джоббер Д., Коверга С., Коноплянникова М.А., Котлер Ф., Лепа Р.М., Маслоу А., Портер М., Савчук А., Солоха Д.В., Сухорська У.Р., Стрій Л.О., Федорович Р.В., Яроміч С.А. та ін.

Питання управління маркетинговою діяльністю, удосконалення функцій маркетингу та покращення діяльності служби маркетингу на підприємстві вимагають використання новітніх підходів в управлінні підприємством, що свідчить про потребу подальших досліджень даної проблематики в аспекті вдосконалення інформаційного та технологічного забезпечення, налагодження взаємозв'язків із іншими підсистемами менеджменту господарюючого суб'єкта.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження значення маркетингової діяльності в системі управління підприємством, взаємозв'язку функцій менеджменту й маркетингових функцій та вагомості обрання концептуальних засад маркетингової підсистеми управління для підвищення результативності фінансово-господарської діяльності в сучасних умовах ведення бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Діяльність будь якого підприємства, тільки що створеного, чи того що вже давно функціонує, здійснюється відповідно до певної концепції маркетингу. Успішні підприємства з метою досягнення конкурентних переваг переважно застосовують концепцію соціально-етичного маркетингу. Згідно даної концепції, основою метою підприємства є визначення потреби, інтересів цільових ринків і забезпечення бажаного рівня їх задоволення ефективнішими, продуктивнішими, ніж у конкурентів, способами, при одночасному збереженні чи зміцненні благополуччя споживача і суспільства в цілому [1].

Маркетинг спрямовує роботу всіх інших видів управлінської діяльності на підприємстві на підставі досліджень ринку з метою якнайповнішого задоволення потреб споживачів за допомогою досягнення необхідного рівня ефективності роботи підприємства. Це визначення розкриває: по-перше, сутність предмета маркетингу як самостійного напрямку управлінської діяльності, що впливає на інші види діяльності фірми (виробничу, науково-дослідницьку, проектну, торгіву, закупівельну, фінансово-інвестиційну, інноваційну тощо); по-друге, зміст маркетингу як впровадженого за результатами маркетингових досліджень комплексу заходів, які активують певні важелі та інструменти впливу фірми на основних ринкових контрагентів та забезпечують її результативні дії на цільовому ринку (ринках). За своєю суттю маркетинг, з одного боку, є ретельним і всебічним вивченням ринку, попиту, потреб споживачів, орієнтацією на них виробництва і збуту; з іншого боку – це активний вплив підприємства на ринок й існуючий попит, формування потреб і купівельних переваг споживачів, господарську поведінку фірм-партнерів і конкурентів. Отже, маркетинг розуміється водночас як теорія (наука) і практична діяльність, його можна розглядати як системну діяльність фірми в сферах виробництва й обігу.

Фундаментальними завданнями системи маркетингу є:

- комплексне дослідження ринку з виявленням потенційних потреб клієнтів та умов їх розвитку;
- планування товарного асортименту, цін, розподільчо-збутової та комунікаційної політики;
- розробка заходів, спрямованих на вдосконалення виробництва [2, с. 9-10].

Як зауважує Бондаренко В. М., неможливо уявити успішне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів, інструментів, концепцій. Маркетинг називають «філософією бізнесу», оскільки як філософія є наукою про знання, так маркетинговий спосіб мислення є основою здійснення будь-яких комерційних операцій. Маркетинг – комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів та отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства-експортера, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових планів [3].

Концепція маркетингового менеджменту визначається як система основних ідей, точок зору, інструментарію для аналізу діяльності організації в навколишньому середовищі. Нині триває розвиток як практики, так і теорії маркетингового менеджменту. Це викликає необхідність розглянути наявну систему ідей у даній сфері і забезпечити розвиток знань щодо законів, категорій, понять, що дає змогу формувати адекватне відображення у свідомості людей ролі і місця маркетингового менеджменту.

Під маркетинговим менеджментом слід розуміти холистичну концепцію комплексного управління ринковою діяльністю організації на принципах маркетингу. Маркетинговий менеджмент розуміється як зміна способу мислення – це прийняття необхідних управлінських рішень з урахуванням вимог ринку, постійна здатність до змін цих вимог, тобто це не тільки орієнтація організації на внутрішні можливості, але й на оцінку зовнішніх умов. Як зміна способу мислення – це прийняття необхідних управлінських рішень з урахуванням вимог ринку, здатність до змін цих вимог, тобто це не тільки орієнтація організації на внутрішні можливості, але й на оцінку зовнішніх умов [4, с. 742].

Маркетинг як функціональний елемент системи управління будь-якого підприємства, в аспекті функціонального навантаження, знаходиться у взаємозв'язку із іншими елементами системи управління, такими як прогнозування, планування, аналіз, організація, стимулювання та контроль фінансово-господарської діяльності господарюючого суб'єкта. Під час реалізації господарської діяльності підприємства можна виявити взаємозв'язок, що виникає між функціями управління та функціями маркетингу через реалізацію функцій управління маркетингом. Адміністративна функція організації об'єднує сукупність операцій з управління підприємством (функції менеджменту). Слід визначити взаємозв'язок між функціями управління та функціями управління маркетингом (табл. 1) [5, с. 411].

Таблиця 1

**Взаємозв'язки функцій менеджменту та функцій управління маркетингом\***

<b>Функції менеджменту підприємства</b>	<b>Функції управління маркетингом</b>
Формування цілей діяльності	організація процесів накопичення та опрацювання маркетингової інформації; розроблення цілей і завдань підприємства, основних стратегічних принципів його діяльності;
Прийняття управлінських рішень	рішення щодо формування та реалізації товарної, цінової політики, просування і прощтовхування;
Планування та прогнозування	формування стратегічних напрямів підприємства, визначення ринків і позицій, які забезпечуватимуть успіх; планування фінансового забезпечення, продукції, закупівель матеріально-технічних ресурсів, виробництва, цінової політики, каналів розподілу, комплексу маркетингових комунікацій;
Організація	формування структури маркетингу; підбір службовців; формування і реалізація керуючих впливів; створення організаційної структури управління маркетингом;
Контроль (моніторинг)	виявлення відхилень планових показників від фактично отриманих результатів, їх усунення; контроль за виконанням функцій маркетингу;
Стимулювання та мотивація	матеріальне і нематеріальне стимулювання працівників підприємства.

\*доповнено автором за: [5, с. 411]

Наразі сформувався різні підходи до управління маркетинговою діяльністю, які управлінським персоналом можуть використовуватися для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Серед основних з них можна виокремити:

1. Системний. Реалізація системного підходу передбачає створення абстрактно-концептуальної моделі управління маркетинговою діяльністю на підприємстві, що є певною структурно-логічною конструкцією, мета якої полягає у тому, щоб слугувати інструментом для розуміння, опису та оптимізації управління маркетинговою діяльністю, зв'язків і співвідношення її елементів.

2. Процесний. Управління маркетингом орієнтовано на оптимізацію внутрішніх інформаційних потоків, що пов'язані зі збором, обробкою, зберіганням та використанням маркетингової інформації, що здійснюється за допомогою інформаційних технологій.

3. Комплексний. Діяльність з виявлення цільових ринків, вивчення потреб споживачів на цих ринках, розроблення товарів, встановлення ціни на них, вибору способів просування і розподілу продукції з метою здійснення обміну зацікавлених груп.

4. Організаційний. Система управління маркетинговою діяльністю підприємств, яка заснована на принципах соціально-етичного маркетингу і спрямована на своєчасну адаптацію до умов мінливого маркетингового середовища, на задоволення потреб споживачів і забезпечення на цій основі довгострокового комерційного успіху [6, с. 335-336].

Для систематизації та групування ознак оцінювання ефективності маркетингової діяльності порівнюють категорії «ефективність» та «результативність». Ефективність – це відношення результатів діяльності підприємства до витрат, що забезпечили цей результат. Таке визначення поняття відображає економічний аспект, що вимірюється за допомогою вартісних показників, але при цьому не враховується цільовий аспект ефективності, що являє собою ступінь досягнення цілей підприємства та аналізується за допомогою показників результативності. Результативність – це відношення фактичних результатів до запланованих, що відображає ступінь реалізації цілей діяльності підприємства.

При оцінюванні ефективності маркетингової діяльності за допомогою економіко-статистичних методів досліджується залежність між витратами на маркетинг і результатом – обсягом продажів або прибутком. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності з орієнтацією на довгостроковий успіх підприємства передбачає аналіз рівня досягнення його стратегічних цілей, відхилення між запланованими та фактичними показниками, знаходження співвідношення між результатами діяльності та витратами підприємства для реалізації стратегічних маркетингових рішень. Особливостями такого оцінювання є врахування часового аспекту виконання поставлених цілей та завдань, визначення причинного зв'язку між результатами діяльності та факторами, що зумовили такий результат. При цьому в процесі впровадження стратегії керівники повинні відслідковувати проміжні результати та контролювати зміни в середовищі, оскільки з часом підприємство вступає в протидію з умовами ринкового середовища, що змінюються швидше ніж елементи управління ним і, як наслідок, можуть спричинити радикальні зміни в маркетинговій стратегії підприємства [7, с. 581; 8, с. 28-29].

**Висновки.** Маркетинг як важливий елемент системи управління промисловим підприємством впливає на кінцеві результати діяльності та на загальний рівень ефективності ведення фінансово-господарської діяльності. На нинішньому етапі розвитку економіки маркетинговій підсистемі управління з боку керівництва повинно бути приділено достатньо уваги, особливо в аспекті обраної стратегії маркетингу, контролю за її впровадженням, аналізі показників оцінювання ефективності маркетингової діяльності тощо. Важливим є те, щоб на підприємстві, беручи до уваги особливості його діяльності, існувала власна маркетингова концепція, що враховувала б новітні підходи до маркетингового управління, постійний моніторинг впливу зовнішніх факторів та процеси із покращення організації інших елементів менеджменту та їх взаємозв'язку із функціями маркетингу. Фахівці підприємства мають змогу обрати сучасні підходи до управління маркетинговою діяльністю, які застосовуватимуться управлінським персоналом з метою підвищення ефективності ведення фінансово-господарської діяльності, зокрема – системний, процесний, комплексний чи організаційний підходи.

## Література

1. Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи: монографія / за ред. проф. Р.В. Федоровича – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. – 411 с.
2. Маркетинг та менеджмент: методи, моделі та інструменти: монографія / Лепа Р. М., Солоха Д. В., Коверга С. В. та ін. – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2012. – 250 с.
3. Бондаренко В.М. Роль маркетингу в системі управління підприємством / В. М. Бондаренко. // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – № 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_2_4).
4. Яроміч С.А. Сутність поняття маркетингового менеджменту в науковому дискурсі / С.А. Яроміч, Т.Г. Величко // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 9. – С. 740-745.
5. Сухорська У.Р. Роль функцій маркетингу в управлінні підприємством / У.Р. Сухорська // Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України. – 2006. – Вип. 16.1. – С. 410-413.
6. Конопляникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи / М.А. Конопляникова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 332-336.
7. Pride M. Marketing: Concepts and Strategies 2000 edition. / M. William Pride, Ferrell, O.C. – Houghton Mifflin Co International Inc. – 624 p.
8. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств / А. Савчук // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 5. – С. 27-38.

**References**

1. Rozvy`tok markety`ngu v umovax globalizaciyi: suchasni tendenciyi ta perspekty`vy`: monografiya / za red. prof. R.V. Fedorovy`cha – Ternopil` : TNTU im. I. Pulyuya, 2015. – 411 s.
2. Markety`ng ta menedzhment: metody`, modeli ta instrumenty`: monografiya / Lepa R. M., Soloxa D. V., Koverga S. V. ta in. – Donecz`k : TOV «Sxidny`j vy`davny`chy`j dim», 2012. – 250 s.
3. Bondarenko V.M. Rol` markety`ngu v sy`stemi upravlinnya pidpry`yemstvom / V. M. Bondarenko. // Ekonomika. Upravlinnya. Innovaciyi. – 2015. – № 2. – Rezhy`m dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_2_4).
4. Yaromich S.A. Sutnist` ponyattya markety`ngovogo menedzhmentu v naukovomu dy`skursi / S.A. Yaromich, T.G. Vely`chko // Ekonomika i suspil`stvo. – 2017. – Vy`p. 9. – S. 740-745.
5. Suxors`ka U.R. Rol` funkcyj markety`ngu v upravlinni pidpry`yemstvom / U.R. Suxors`ka // Zbirny`k nauково-technichny`x prac` Nacional`nogo lisotexnichnogo universy`tetu Ukrainy`. – 2006. – Vy`p. 16.1. – S. 410-413.
6. Konoplyanny`kova M.A. Upravlinnya markety`ngovoyu diyal`nistyu: ponyattya, pry`ncy`py`, pidxody` / M.A. Konoplyanny`kova // Global`ni ta nacional`ni problemy` ekonomiky`. – 2017. – Vy`p. 17. – S. 332-336.
7. Pride M. Marketing: Concepts and Strategies 2000 edition. / M. William Pride, Ferrell, O.C. – Houghton Mifflin Co International Inc. – 624 p.
8. Savchuk A. Efekty`vnist` markety`ngovoyi diyal`nosti pidpry`yemstv / A. Savchuk // Visny`k KNTEU. – 2015. – № 5. – S. 27-38.

Рецензія / Peer review 21.10.2018

Надрукована / Printed: 04.12.2018

УДК 658.513

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-77-83

СИТА Є. М.

Херсонський національний технічний університет

## ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*У процесі дослідження було узагальнено та систематизовано існуючі науково-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємства. Виділено наступні методичні підходи до оцінювання: 1) на основі визначення інтегрального показника, 2) на основі групи показників (індикаторів), 3) на основі використання тріади «критерії - індикатори-показники», 4) за показниками конкурентоспроможності, 5) за ступенем реалізації потенціалу, 6) за фазою розвитку підприємства. Встановлено, що оцінювання рівня розвитку підприємства є важливою основою для подальшого управління економічним розвитком. Вибір методу оцінювання слід здійснювати відповідно до мети розвитку підприємства.*

*Ключові слова: розвиток, управління розвитком, оцінка розвитку, підприємство, показник, система показників*

SYTA Y.

Kherson National Technical University

## THE LEVEL EVALUATION OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT

*During the research were summarized and systematized the existing scientific and methodological approaches to assessing the level of enterprise development. There were identified the following methodological approaches to evaluation: 1) on the basis of the definition of the integral indicator; 2) on the basis of the group of indicators (indicators); 3) on the basis of the use of the "criteria - indicators-indicators" triad, 4) on indicators of competitiveness, 5) according the degree of implementation capacity, 6) according the phase of enterprise development. It revealed that assessment of the level of development of an enterprise is an important basis for further management of economic development. The method of evaluation should be chosen according to the purpose of the enterprise development.*

*Keywords: development, development management, development assessment, enterprise, indicator, system of indicators*

**Актуальність проблеми.** Із самого початку використання поняття розвитку в економіці виникло питання його кількісної оцінки. Першими розроблено підходи до оцінки розвитку на макроекономічному рівні (класичні моделі економічного зростання Р. Харрода, Е. Домара, Р. Солоу, Е. Денісона тощо). Надалі певні інструменти оцінки розвитку були використані в оцінці регіонального розвитку і розвитку підприємства. Сьогодні в оцінці розвитку на мезо - та мікрорівнях використовуються неокласична контрреволюція (регіональний рівень), положення революційної теорії "багатих територій" (регіональний рівень), теорії ендогенного зростання (мезо- та мікрорівень), теорії структурних перетворювань (мезо- та мікрорівень) та теорії лінійних стадій зростання (мезо- та мікрорівень) [1].

Необхідність вимірювання розвитку підприємства обумовлюється потребою визначення вихідної позиції підприємства в галузі, ідентифікації процесів, що продукують зміни, з'ясування параметрів таких змін, визначення перспектив розвитку [12; 22]. Актуальність процесу управління розвитком підприємств в сучасних умовах зумовлює необхідність глибокого наукового дослідження методичних підходів до процесу оцінювання рівня його розвитку.

**Метою роботи** є критичний аналіз науково-методичних підходів до оцінювання рівня розвитку підприємства.

**Аналіз попередніх досліджень.** Питання дослідження закономірностей економічного розвитку підприємств та оцінювання його рівня знаходиться у центрі уваги багатьох науковців. Значні результати у вирішенні цього питання досягли, зокрема, такі вчені, як: Погорелов Ю.С. [15; 20], Самуляк В.Ю., Фещур Р.В. [4; 24], Савіна Г.Г. [7], Тарасюк Г.М., Протасова Л.В. [12], Тонких А.С. [9], Мельник О. Г. [5], Дунда С.П. [25], Павлова В.А. [6], Понаморенко В.С., Трийд О.М., Кизим М.О. [3], Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О.І. [16], Цопа Н. [2;11] та інші. Незважаючи на великий внесок зазначених авторів в області оцінювання розвитку сучасних підприємств на сьогодні залишається низка невирішених питань стосовно вибору оптимального методу оцінки.

**Виклад основного матеріалу.** Проведений аналіз літературних джерел [1-14] дозволяє стверджувати, що не існує єдиного підходу до оцінювання рівня розвитку сучасного підприємства. У процесі дослідження було узагальнено та систематизовано існуючі науково-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємства наступним чином (таблиця 1):

- 1) Визначення інтегрального показника;
- 2) На основі групи показників (індикаторів);
- 3) Використання тріади «критерії - індикатори-показники»;
- 4) За показниками конкурентоспроможності;
- 5) За ступенем реалізації потенціалу;
- 6) За фазою розвитку підприємства.

Розглянемо більш докладно існуючі науково-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємства.

Таблиця 1

## Науково-методичні підходи до оцінювання розвитку підприємства

Методика оцінювання	Автори														
	Самуляк, В.Ю. Фещур Р.В. [4]	Мельник О. Г. [5, с. 324]	Павлова В.А.[6]	Савіна Г.Г. [7]	Понаморенко В.С., Трилід О.М., Кізім М.О. [8]	Тонких А.С. [9]	Касьянова Н.В. [10]	Цопа Н.В. [11]	Тарасюк Г.М., Протасова [12]	Сухов С.В. [13]	Кізім М.О. Пилипенко А.А., Зінченко В.А. [14]	Погорелов Ю.С.[15]	Федонна О.С., Рєпіна І.М., Олександр О.І. [16]	Гончаренко О.М. [17]	Тимошук М.Р. [18]
1. Визначення інтегрального показника						+			+					+	
2. На основі групи показників (індикаторів)	+	+		+				+		+		+		+	+
3. Використання тріади «критерії - індикатори-показники»								+							
4. За показниками конкурентоспроможності			+		+										
5. Ступінь реалізації потенціалу підприємства	+				+		+	+				+	+		
6. За фазою розвитку підприємства					+										

\* Узагальнено на основі [ 4-18]

Оцінювання розвитку за допомогою визначення інтегрального показника.

Тарасюк Г.М. і Протасова Л.В [12, с.133] наголошують на тому, що важливість розробки та застосування інтегральних показників обумовлена потребою отримання узагальнюючої оцінки рівня розвитку підприємства для розробки оптимальних стратегічних управлінських рішень. Автори зазначають, що для визначення інтегральних показників широко використовуються моделі рейтингової оцінки розвитку, що ґрунтуються на експертних оцінках, методах суми місць, таксономічних методів, еталонній динаміці показників тощо.

Методику визначення інтегрального показника розвитку підприємства на основі еталонної динаміки показників запропонував російський вчений Тонких А.С. [9]. Автор пропонує розглядати розвиток підприємства у зв'язку з ефективним управлінням.

Для розрахунку інтегрального показника збалансованості інтересів він передбачає декілька етапів: побудова матриці еталонної та фактичної динаміки змін показників підприємства; визначення ступеню відхилення фактичної динаміки зміни показників підприємства від еталонної; визначення міри відмінності еталонної динаміки зміни показників від фактичної; розрахунок інтегрального показника збалансованості корпоративних інтересів підприємства. Межі зміни інтегрального показника збалансованості інтересів окреслені від 0 до 100 %.

Для одержання інтегральної якісної оцінки автори моделі Хофера-Шендела пропонують використовувати такі власні кількісні та якісні показники: відносну частку ринку; зростання частки ринку; охоплення системою розподілу; ефективність системи розподілу; різноманітність асортименту виробів; виробничі потужності та розташування; ефективність виробництва; криву досвіду; сировину для промисловості; кількість продукту; наукові дослідження і розробки; перевагу основного розрахунку; конкурентоспроможність цін; ефективність рекламних заходів; вертикальну інтеграцію; репутацію. Перевагами зазначеної моделі оцінювання рівня розвитку є змога побудувати траєкторію якісної та кількісної оцінок зміни розвитку підприємства за визначений проміжок часу, а також визначити фазу життєвого циклу та напрямок розвитку.

Проте, у науковій літературі [19; 20] обґрунтовано представлена думка про те, що розвиток підприємства неможливо виміряти на основі єдиного універсального кількісного показника, «оскільки розвиток — це передусім якісна зміна структури та функціонування компанії, що знаходить прояв у всіх без винятку її складових (підсистемах, підрозділах) та відносинах (зв'язках)».

До основних проблем використання інтегральних показників для оцінки розвитку підприємства відносять [12, с.134; 19]: складність доведення чіткої взаємозалежності зміни значень інтегральних показників із реальними заходами щодо розвитку підприємства, виключення дії факторів зовнішнього середовища, виокремлення впливу розвитку окремих елементів системи або зв'язків між ними, які не є очевидними; наявність розривів у часі між здійсненням заходів щодо розвитку підприємства й отриманими результатами і

покращенням значень обраних інтегральних показників; можливість виключення окремих заходів у процесі розвитку підприємства внаслідок їх протилежної дії на елементи системи.

Оцінювання рівня розвитку підприємства за допомогою групи показників (індикаторів).

Фещур Р.В., Самуляк В.Ю. [4] акцентують увагу на тому, що в результаті дослідження термінів “показник” та “індикатор” виникає необхідність уточнення змісту цих категорій, їх взаємозв’язків та встановлення умов застосування цих категорій в межах управління розвитком підприємств. Автори стверджувати, що “показник” потрібно розглядати як кількісний вимірник стану, розвитку певного об’єкта (суб’єкта), процесу чи явища. Показники можуть бути індикаторами тоді, коли за їх допомогою відслідковують та аналізують тенденції зміни різних сфер діяльності підприємства. Тобто, із великої кількості показників вибирають ті, які є пріоритетними та відображають стан і динаміку основних напрямків діяльності. Отже, індикаторами можна вважати ключові показники, що систематично відстежуються, оцінюються та аналізуються, які дають змогу прогнозувати та відображати тенденції розвитку підприємства.

Вагомий внесок у дослідження питань управління розвитком підприємств зробила Савіна Г.Г. [7, с.8]. Автор пропонує ефективність соціально-економічного розвитку виробничої системи оцінювати за ступенем ефективності результатів, забезпечених упровадженням певної політики підприємства, яку у свою чергу можна виміряти за ступенем її відповідності локальному (регіональному) і глобальному (державному) рівню стратегії. Мінімальне відхилення розглянутих факторів один стосовно іншого повинно забезпечити виробничій системі стратегічну рівновагу. Розвиток підприємств передбачає удосконалення його можливостей вирішувати проблеми та спроможність до оновлення шляхом підвищення ефективності управління. Перевагою даної моделі є можливість варіювання соціальною складовою, утримуючи при цьому стабільну відповідність економічної складової стратегічному напрямку розвитку.

За моделлю оцінювання рівня розвитку підприємства Погорелова Ю. С. [15; 19] пропонується оцінювати розвиток підприємства на основі індикаторів потенціалу, кількісних та якісних змін на основі результативного та ресурсного підходів. Для оцінювання індикаторів розроблено дерево пов’язаних показників моделі, що має 5 рівнів: від первісних (5 рівень) показників до результуючого показника (1 рівень). На найнижчому рівні модель містить 18 первісних показників, які мають різну шкалу, а отже, потребують додаткових математичних операцій для надання з’явного вигляду. Перехід від первісних до результуючих показників відбувається на основі розроблених «дерев логічного висновку».

Тимошук М. Р. [18] запропонував систему індикаторів оцінювання рівня соціально-економічного розвитку підприємств, яку розроблено розроблено на основі 4 груп показників: поліпшення бізнес-процесу; задоволення потреб та очікувань споживачів, розвитку внутрішніх можливостей, задоволення потреб та інтересів акціонерів. Перевагою є обмежена кількість показників для 4 груп, наявність показників динаміки індикаторів фінансового та нефінансового характеру. Недоліком є різна вимірність показників, а також недостатня обґрунтованість вибору груп індикаторів.

Мельник О. Г. [5, с. 324] для діагностики розвитку підприємства пропонує використовувати полікритеріальну модель на основі бізнес-індикаторів, яка оснований на припущенні, що підприємство в своїй діяльності має орієнтуватись на «золоте правило економіки» тобто динаміка фінансових показників має задовольняти умову (1):

$$T_{\Pi} > T_{O} > T_{P} > T_{AK} > T_{O3} > T_{CB} > T_{\text{ЧП}} > 1, \quad (1)$$

де  $T_{\Pi}$  – темп зміни прибутку;

$T_{O}$  – темп зміни оборотних активів;

$T_{P}$  – темп зміни реалізації;

$T_{AK}$  – темп зміни вартості активів;

$T_{O3}$  – темп зміни основних засобів;

$T_{CB}$  – темп зміни собівартості;

$T_{\text{ЧП}}$  – темп зміни чисельності працівників.

Перевагами даної моделі є використання обмеженої кількості індикаторів. Певним недоліком даного методу є можливість його використання за визначених економічних умов, оскільки наведених співвідношень темпів зміни можна дотримуватись лише за достатньо рівномірного розвитку.

Оцінювання рівня розвитку підприємства за допомогою використання тріади «критерії - індикатори-показники»

Деякі з науковців [21; 22] пропонують оцінювати розвиток підприємства шляхом розробки вимірників розвитку у тріаді «критерії-індикатори-показники». Критерії відображають найсуттєвіші характеристики процесу та проявів розвитку. Для визначення ступеня прояву критерію і дослідження його параметрів використовується індикатор. Показники відображають ті прояви розвитку, які можна фіксувати та кількісно оцінювати (тому не всі індикатори можна оцінювати за допомогою показників). Загальносистемні (універсальні) критерії розвитку згруповано за двома напрямками: характером змін, що зумовлюють розвиток підприємства та характеристикою стану підприємства як системи. Характер змін визначає динамічну складову вимірності розвитку. Її індикатори та показники розвитку запропоновано відносити до групи забезпечувальних (таких, що відображають підтримуючі розвиток процеси). Характеристика стану системи підприємства має оцінюватись статичними за вимірністю та результуючими за сутнісною ознакою відповідних індикаторів і

показників. До основних вимог щодо системи вимірників розвитку віднесено інформаційну повноту й адекватність представлення взаємопов'язаної тріади «критерії - індикатори-показники», надійність даних та їх значущість для осіб, що приймають рішення щодо розвитку підприємства, а також повторюваність вихідних даних, що надає можливість регулярно поновлювати інформацію за відповідним критерієм розвитку підприємства.

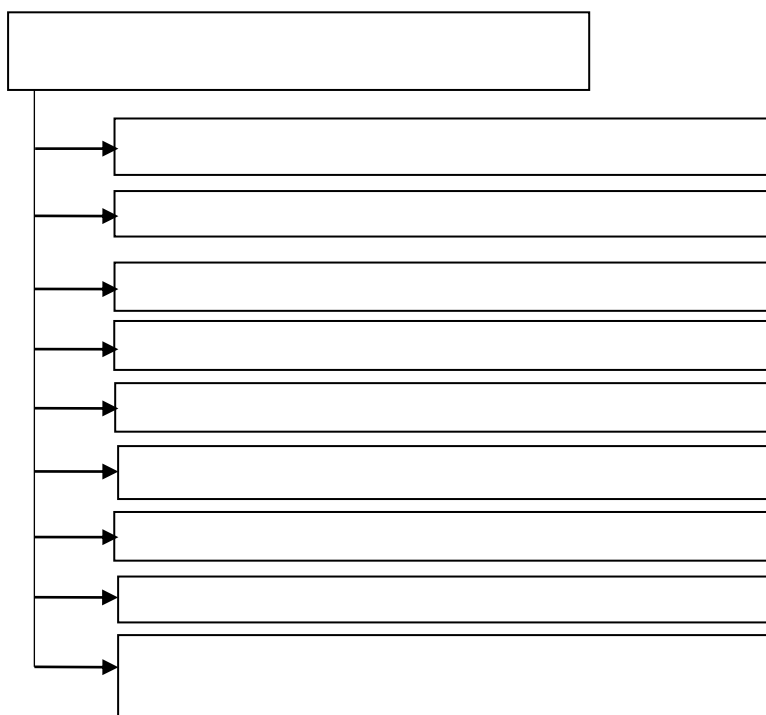
Оцінювання рівня розвитку підприємства за показниками конкурентоспроможності.

У науковій літературі дуже часто поняття розвитку організації використовують поряд с категоріями потенціалу та конкурентоспроможності.

Існуючі методи оцінювання рівня розвитку підприємства на основі показників конкурентоспроможності наведено на рис.1.1.

Павлова В.А. [6] при проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства з метою вимірювання його рівня розвитку пропонує виділити три групи:

- оцінювання конкурентоспроможності підприємства (продукції) за величиною комплексного показника конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках на основі середніх і відносних величин;
- оцінювання конкурентоспроможності підприємства (продукції) за величиною комплексного показника на основі поєднання показника конкурентоспроможності товарів і показника ефективності організаційно-економічного механізму управління підприємством;
- оцінювання конкурентоспроможності підприємства (продукції) за інтуїтивними характеристиками конкурентного статусу на основі прикладних моделей.



**Рис. 1.1. Існуючі методи оцінювання рівня розвитку підприємства на основі показників конкурентоспроможності**

\*побудовано на основі джерел [4, 23, 24 ]

У процесі оцінювання рівня конкурентоспроможності можна стверджувати про рівень його розвитку. Даний метод оцінювання деякі з авторів [24] вважають найбільш наочним та комплексним, який глибоко аналізує внутрішній стан підприємства, дозволяє виявити його переваги та невикористаний потенціал. Проте негативною характеристикою даного методу вважають його статичність під час оцінки конкурентних позицій підприємства та той факт, що отримані результати у процесі оцінки є актуальними порівняно короткий проміжок часу.

Оцінювання рівня розвитку підприємства як ступеня реалізації його потенціалу

Самуляк В.Ю., Фещур Р.В. [4, 24] зазначають, що оцінювання розвитку підприємства як відповідності ступеня реалізації потенціалу полягає у визначенні рівня потенціалу, яким володіє підприємство. Це оцінювання зводиться до того, щоб визначити потенціал кожної складової підприємства, де рівень розвитку дорівнюватиме ступеню реалізації певної складової потенціалу підприємства - його найнижчому показнику, оскільки низьке значення окремої складової потенціалу не компенсується за рахунок вищого значення іншої складової потенціалу. На відміну від інших методів, даний підхід дає змогу оцінити рівень можливостей розвитку підприємства та виявити можливість збалансованого розвитку.



Н.Цопа [2, 11] ототожнює оцінку розвитку підприємства з оцінкою ефективності його функціонування. Автор вважає, що необхідним є оцінка динаміки усіх складових потенціалу підприємства, з урахуванням факторів впливу зовнішнього середовища. В результаті побудови динамічних рядів, як стверджує науковець, можна визначити, яка сфера діяльності підприємства, відповідно досліджуваному показнику знаходиться на стадії розвитку.

Кас'янова Н.В. [10] пропонує проводити оцінку за допомогою суми складових (фінансовий, виробничий, маркетинговий, трудовий, інформаційних, інвестиційно-інноваційний, управлінський) потенціалів підприємства. Для досягнення кумулятивного ефекту, дослідження автора ґрунтуються на побудові матриці відповідності потенціалів підприємства його еталонному стану.

Федоніна О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. [16], у своїй роботі запропонували графоаналітичний метод діагностики потенціалу підприємства, де використовується порівняльна комплексна рейтингова оцінка підприємства. Система показників формується функціональними блоками: виробництво, розподіл та збут продукції; оргструктура та менеджмент; маркетинг; фінанси.

Вищезазначені методи мають певні переваги, однак існує і низка недоліків [25]:

- більшість методів не враховує повною мірою динаміку змін показників;
- розглянуті підходи орієнтовані на експертний вибір конкретних наборів показників, практично відсутнє доведення необхідності та достатності запропонованих показників;
- отримані оцінки не враховують життєві цикли підприємства;
- розглянуті методи є недостатньо комплексними.

Оцінювання рівня розвитку підприємства з урахуванням етапів життєвого циклу (фази розвитку організації)

У сучасних умовах використання положень теорії життєвого циклу організації в управлінській діяльності організації набуває особливої актуальності. Життєвий цикл організації представляє собою сукупність певних стадій (етапів, фаз) які проходить організація. Важливим при цьому є урахування специфіки управлінських дій на кожному з етапів.

Знання стадій розвитку підприємства дозволить встановити, наскільки обрана стратегія, методи та інструменти управління відповідають особливостям цієї стадії, виявити притаманні певним стадіям життєвого циклу проблеми, визначити критичні точки, в яких зростає рівень ризику, розробити заходи для уникнення порушення стійкого функціонування та запобігти переходу до стадії спаду [26, с.247].

Тривалість життєвого циклу організації залежить від типу галузі та продукту, типу виробництва, стану ресурсів та професійності управління. Коректуючи вказані фактори можна змінити тривалість життєвого циклу конкретної організації. Припускається, що тривалість кожної стадії складає від двох до трьох років. Для оцінювання життєвого циклу організації слід проводити динамічний аналіз за період 6-7 років.

Так, Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. [8] запропонували методичний підхід, який базується на визначенні фази життєвого циклу, якому відповідає й певний рівень розвитку. Автори пропонують визначати його за допомогою показника конкурентного статусу, який розраховується на підставі сукупності як якісних, так і кількісних показників і допомагає провести оцінку конкурентоспроможності, конкурентної позиції та конкурентної стійкості підприємства. Описана науковцями модель оцінювання конкурентоспроможності в певний проміжок часу ( $M_j(t)$ )  $j$ -го підприємства:

$$M_j(t) = \{KП_j(t), КР_j(t), КС_j(t)\}, t = t_i, \quad (2)$$

де  $KП_j(t)$ ,  $КР_j(t)$ ,  $КС_j(t)$  – якісні оцінки конкурентної позиції (КП), конкурентоспроможності (КР) та конкурентної стійкості (КС) [14].

Важливим питанням при визначенні стадії життєвого циклу підприємства є формування переліку показників, за якими можна відокремити одну стадію від іншої [26, с.248]. Аналіз зарубіжних і вітчизняних праць вчених [1-26] показав, що не існує загальноприйнятого переліку оціночних показників, що, в свою чергу, ускладнює процес визначення етапу життєвого циклу організації.

Назаренко О.О.[27, с.84] звертає увагу на те, що у науковій літературі наведено рекомендовані або теоретично прийнятні діапазони значень деяких показників, що характеризують стадію життєвого циклу. Проте, допустимі значення показників можуть істотно відрізнятися не тільки для підприємств різних галузей, но й для підприємств однієї галузі. Тому необхідно проводити динамічний аналіз показників, що характеризують стадію життєвого циклу компанії, тобто проводити не порівняння даного підприємства з конкурентами, а аналізувати результати діяльності компанії у кожній точці свого історичного розвитку.

**Висновки.** Оцінювання розвитку підприємства є важливою основою для подальшого управління економічним розвитком. Існує безліч підходів стосовно кількості та характеру показників, які пропонуються для оцінювання рівня розвитку підприємства. Існуючі підходи базуються на різних критеріях, різняться за цілями та призначаються для вирішення конкретних завдань. Проведений аналіз дозволив узагальнити та систематизувати існуючі науково-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємства. У процесі дослідження виділено наступні методичні підходи до оцінювання: 1) на основі визначення інтегрального показника, 2) на основі групи показників (індикаторів), 3) на основі використання тріади «критерії -

індикатори-показники», 4) за показниками конкурентоспроможності, 5) за ступенем реалізації потенціалу, 6) за фазою розвитку підприємства. Встановлено, що методичний інструментарій дослідження є недостатньо розробленим та дискусійним. Кожен з розглянутих методів має певні переваги і недоліки. Вибір методу оцінювання слід здійснювати відповідно до мети розвитку. Проте, на різних підприємствах мета розвитку є різною в залежності від бажаних позитивних змін.

### Література

1. Тодаро М. П. Экономическое развитие: [учебник] / М. П. Тодаро. – М.: МГУ, ЮНИТИ, 1997. – 671 с.
2. Цопа Н.В. Діалектика основних понять системи розвитку підприємств/ Н.В.Цопа //Економічні науки .Серія «Економіка та менеджмент».Збірник наукових праць. 2010. Випуск 5 (18). – С.143-146
3. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. - Харків.: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. – 328с.
4. Самуляк В.Ю. Оцінювання рівня розвитку підприємств / В.Ю. Самуляк, Р.В.Фещур// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». - 2009. - №633 :Логістика. - С.627-637.
5. Мельник Л.Г. Фундаментальные основы развития./Л.Г.Мельник – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 288с.
6. Павлова В.А. Конкурентоспособность предприятия: оценка та стратегія забезпечення: монографія / В.А. Павлова. — Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. - 276 с.
7. Савіна Г.Г. Методологія та практика удосконалення управління соціально-економічним розвитком підприємств легкої промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 08.06.01 / Савіна Г.Г. – Донецьк, 2005. – 30 с.
8. Пономаренко В.С. Стратегічне управління розвитком підприємства: навч. посібн. / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід – Харків: ХДГУ, 2002. – 640 с
9. Тонких А. С. Моделирование результативного управления корпоративными финансами: [монография] / А.С. Тонких. – Екатеринбург, Ижевск : ИЭ УрО РАН, 2006. – 200 с.
10. Касьянова Н.В. Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи: моногр. / Н.В.Касьянова; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: СПД Купріянов В.С. , 2011. – 374 с.
11. Цопа Н. В. Механізм керованого розвитку промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук: 08.00.04/ Н.В.Цопа. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2011. – 38 с.
12. Тарасюк Г.М. Оцінка розвитку підприємства: теоретико-методичні і евристичні аспекти / Г.М. Тарасюк, Л.В. Протасова // Наукові праці НУХТ 2016. Том 22, № 3, С.132-139
13. Сухов С.В. Развитие организаций: цели и эффективность / С.В.Сухов // Корпоративный менеджмент. - 2008. - № 4 - С. 12-23
14. Кизим М.О. Збалансована система показників: монографія / М.О. Кизим, А.А. Пилипенко, В.А. Зінченко. — Харків: ВД «ІНЖЕК», 2007. - 192 с.
15. Погорелов Ю.С. Моделирование развития предприятия/ Ю.С.Погорелов // Актуальні проблеми економіки №10 (100), 2009. С.51-59
16. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк — К.: КНЕУ, 2004. — 316 с.
17. Гончаренко О.М. Діагностика та інструментарій оцінки стійкого розвитку підприємства./ О.М.Гончаренко// Праці Одеського політехнічного університету. 2011. № 2(36). С. 312-319.
- 18.Тимошук М.Р. Планування соціально-економічного розвитку підприємств: [монографія] / [М.Р. Тимошук, О.Є. Кузьмін, Р.В. Фещур, Р.В. Шуляр, Н.Ю. Подольчак, І.Б. Олексів]. – К.: УБС НБУ, 2007. – 449 с.
19. Василенко В. А. Менеджмент устойчивого развития предприятий : [монография] / В. А. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2005. – 648 с.
20. Погорелов Ю.С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства: монографія/ Ю.С.Погорелов – Луганськ: Глобус, 2010. – 512с.
21. Верба В.А. Концептуальні засади вимірювання розвитку компанії / В.А. Верба // Вісник НУ «Львівська політехніка». «Проблеми економіки та управління». — 2010. — № 668. — С. 17—23.
22. Тарасюк Г.М. Управління плануванням діяльності підприємства: теоретичні та практичні аспекти: монографія / Г.М. Тарасюк. — Житомир: ЖДТУ, 2010. — 292 с.
23. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. –Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. - 256 с.
24. Самуляк В.Ю. Оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В.Ю.Самуляк //VII Міжнародна наук. Прак. конф. «Україна – Є.С – Європа: нові виклики та модернізація відносин». К., Видавництво Української академії зовнішньої торгівлі, 2007 – С.283-285.
25. Дунда С.П. Методи оцінки розвитку підприємств / С.П.Дунда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dspace.nuff.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8913/1/thesis\\_2013NUFT.pdf](http://dspace.nuff.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8913/1/thesis_2013NUFT.pdf)
26. Ярмак М.Р. Визначення стадії життєвого циклу сільськогосподарського підприємства / М.Р.Ярмак // Науковий вісник Ужгородського університету. 2016. – С. 247-253.
27. Назаренко С. С. Методический подход к определению стадии жизненного цикла компании / С.С. Назаренко // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2014. – № 3–1. – С. 82–87.

1. Тодаро М. П. Экономическое развитие: [учебник] / М. П. Тодаро. – М.: МГУ, ЮНИТИ, 1997. – 671 с.
2. Цопа Н.В. Діалектика основних понять системи розвитку підприємств/ Н.В.Цопа //Економічні науки .Серія «Економіка та менеджмент».Збірник наукових праць. 2010. Випуск 5 (18). – С.143-146
3. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. - Харків.: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. – 328с.
4. Самуляк В.Ю. Оцінювання рівня розвитку підприємств / В.Ю. Самуляк, Р.В.Фещур// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». - 2009. - №633 :Логістика. - С.627-637.
5. Мельник Л.Г. Фундаментальные основы развития./Л.Г.Мельник – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 288с.
6. Павлова В.А. Конкурентоспособность предприятия: оценка та стратегія забезпечення: монографія / В.А. Павлова. — Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. - 276 с.
7. Савіна Г.Г. Методологія та практика удосконалення управління соціально-економічним розвитком підприємств легкої промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 08.06.01 / Савіна Г.Г. – Донецьк, 2005. – 30 с.
8. Пономаренко В.С. Стратегічне управління розвитком підприємства: навч. посібн. / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід – Харків: ХДГУ, 2002. – 640 с
9. Тонких А. С. Моделирование результативного управления корпоративными финансами: [монография] / А.С. Тонких. – Екатеринбург, Ижевск : ИЭ УрО РАН, 2006. – 200 с.

10. Касьянова Н.В. Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи: моногр. / Н.В.Касьянова; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2011. – 374 с.
11. Цопа Н. В. Механізм керованого розвитку промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук: 08.00.04/ Н.В.Цопа. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2011. – 38 с.
12. Тарасюк Г.М. Оцінка розвитку підприємства: теоретико-методичні і евристичні аспекти / Г.М. Тарасюк, Л.В. Протасова // Наукові праці НУХТ 2016. Том 22, № 3, С.132-139
13. Сухов С.В. Развитие организаций: цели и эффективность / С.В.Сухов // Корпоративный менеджмент. - 2008. - № 4 - С. 12-23
14. Кизим М.О. Збалансована система показників: монографія / М.О. Кизим, А.А. Пилипенко, В.А. Зінченко. — Харків: ВД «ІНЖЕК», 2007. - 192 с.
15. Погорелов Ю.С. Моделювання розвитку підприємства/ Ю.С.Погорелов // Актуальні проблеми економіки №10 (100), 2009. С.51-59
16. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк — К.: КНЕУ, 2004. — 316 с.
17. Гончаренко О.М. Діагностика та інструментарій оцінки стійкого розвитку підприємства./ О.М.Гончаренко// Праці Одеського політехнічного університету. 2011. № 2(36). С. 312-319.
18. Тимошук М.Р. Планування соціально-економічного розвитку підприємств: [монографія] / [М.Р. Тимошук, О.С. Кузьмін, Р.В. Фещур, Р.В. Шуляр, Н.Ю. Подольчак, І.Б. Олексів]. – К.: УБС НБУ, 2007. – 449 с.
19. Василенко В. А. Менеджмент устойчивого развития предприятий : [монография] / В. А. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2005. – 648 с.
20. Погорелов Ю.С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства: монографія/ Ю.С.Погорелов – Луганськ: Глобус, 2010. – 512с.
21. Верба В.А. Концептуальні засади вимірювання розвитку компанії / В.А. Верба // Вісник НУ «Львівська політехніка». «Проблеми економіки та управління». — 2010. — № 668. — С. 17—23.
22. Тарасюк Г.М. Управління плануванням діяльності підприємства: теоретичні та практичні аспекти: монографія / Г.М. Тарасюк. — Житомир: ЖДТУ, 2010. — 292 с.
23. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. –Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. - 256 с.
24. Самуляк В.Ю. Оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В.Ю.Самуляк //VII Міжнародна наук. Прак. конф. «Україна – Є.С – Європа: нові виклики та модернізація відносин». К.. Видавництво Української академії зовнішньої торгівлі, 2007 – С.283-285.
25. Дунда С.П. Методи оцінки розвитку підприємств / С.П.Дунда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8913/1/thesis\\_2013NUFT.pdf](http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8913/1/thesis_2013NUFT.pdf)
26. Ярмач М.Р. Визначення стадії життєвого циклу сільськогосподарського підприємства / М.Р.Ярмач // Науковий вісник Ужгородського університету. 2016. – С. 247-253.
27. Назаренко С. С. Методический подход к определению стадии жизненного цикла компании / С.С. Назаренко // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2014. – № 3–1. – С. 82–87.

Рецензія / Peer review 03.11.2018      Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 330.332

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-84-89

САКУН Л.М.,  
ВЄДСІНА Ю.Ю.,  
ТКАЧ О.Ю.

Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського

## ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

*У статті в результаті аналізу наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених удосконалено поняття «інноваційна діяльність». Розглянуто теоретичні засади, стан інноваційних процесів та їх вплив на формування інноваційної активності промислових підприємств. Проаналізовано вплив зайнятості підприємницьких структур інноваційною діяльністю. Проведено дослідження інноваційної активності промислових підприємств України у 2012-2017 рр. Розроблено класифікацію інноваційних процесів на машинобудівному підприємстві та запропоновано можливі заходи покращення сучасного становища. Розглянуто сутність процесу управління інноваційною діяльністю вітчизняних підприємств, проаналізовано основні показники інноваційного розвитку в сучасних умовах та необхідність впровадження інновацій. Зазначено економічний аналіз інноваційної діяльності та розглянуто структурні елементи щодо ефективного впливу на інноваційний потенціал підприємства. Сформовано кількість критеріїв результативності та ефективності інноваційних проектів для необхідної оцінки інноваційної діяльності машинобудівних підприємств. Розроблено методичні рекомендації щодо оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства. Визначено напрямки підвищення ефективності управління та перспективи розвитку інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств, за вказаним напрямом з метою активізації інноваційно-інвестиційного розвитку машинобудівної галузі України.*

*Ключові слова: інвестиційно-інноваційна діяльність, інвестиції, інновації, нормативно-правова база, інвестиційна політика, технічні інновації, організаційні нововведення, конкурентоспроможність, соціально-економічні інновації, активізація, інноваційний потенціал, машинобудування, промисловість, НДДКР, комерційний ефект, бюджетний та загальноекономічний ефект, ноу-хау.*

SAKUN L.,  
VIEDIENINA Yu.,  
TKACH O.

Kremenchuk national University named after Mikhail Ostrogradsky, Kremenchuk, Ukraine

## INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITY OF MECHANICAL ENGINEERING COMPANIES IN THE POST-CRISIS PERIOD

*The article develops the term "innovative activity" as a result of the analysis of works of Ukrainian and foreign scientists. The theoretical approaches, innovation processes and their impact on shaping the innovative activity of enterprises are examined. The impact of involving of enterprises into innovative activity is analysed. The progress in innovative activity of Ukrainian enterprises from 2012 to 2017 is looked into. The innovative processes at enterprises are classified and possible ways of improving current situation are suggested. The essence of the process of management of innovative activity of enterprises and main markers of innovative development are considered and the necessity of innovations at enterprises is taken into account. The economic analysis of innovative activity and main structural elements of the effectiveness of development of enterprises' innovative potential are put across. Principal criteria of progress and effectiveness of innovative projects for appropriate evaluation of the innovative activity of enterprises are numbered. Methodic recommendations for evaluating the investment and innovation activity of enterprises are made. The ways of increasing management efficiency and development perspective of innovative activity of domestic industrial enterprises for the purpose of boosting the innovative and investment development of machine-building industry of Ukraine are pointed out.*

*Key words: investment and innovation, investment, innovation, normative and legal framework, investment policy, technical innovations, organizational innovations, competitiveness, social and economic innovations, revitalization, innovative potential, machine-building, industry, R&D, commercial effect, budget and general economic effect, know-how.*

**Постановка проблеми та її актуальність.** На сучасному етапі розвитку економіки для отримання прибутку підприємству необхідно здійснювати інноваційну діяльність. Ефективний інноваційний розвиток вітчизняної економіки потребує вирішення таких важливих питань, як забезпечення високих та стабільних темпів економічного зростання, вирішення певних соціальних і екологічних проблем, забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, підвищення експортного потенціалу країни. Інноваційна діяльність в Україні потребує необхідного гарантування економічної безпеки та зайняття важливого місця в Європейському Союзі. Слід відмітити, що на практиці інноваційний розвиток ще не є головною характеристикою зростання національної економіки України. Причиною цього є серйозна політична нестабільність. Протягом кількох років спостерігалися позитивні тенденції, але вони були тимчасовими та нестійкими.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку інноваційної діяльності досліджувало багато вітчизняних та зарубіжних вчених (табл.1).

Таблиця 1

Вчені	Визначення поняття «інноваційна діяльність»
Александрова В.П. [1. С. 70-85]	Це ефективне створення інноваційної моделі економіки, що залежить від обґрунтованого відбору пріоритетних технологій, здатних суттєво підняти технічний та економічний рівень виробництва.
Антонюк Л.Л. [2. С. 394]	Виникнення інноваційних структур, що за допомогою розвитку венчурного капіталу призводять до підвищення конкурентоспроможності національної економіки.
Шумпетер Й. [3. С. 96; С.53]	Впровадження нового продукту в новій якості, залучення та освоєння нових ринків збуту для виробничого процесу.
Хучек М. [3. С.192; С. 67]	Процес зумисних змін в техніці, технологіях, організації, екології, економіці, а також у потребах у житті підприємства.
Кантер Р.М. [3. С. 215]	Процес створення нової ідеї для вирішення певної існуючої проблеми.
Залтман Г. [3. С. 226]	Будь-яка нова ідея, спосіб дій чи матеріальний продукт, що є особливим серед наявних компонентів та має важливу роль в системі, де таке нововведення поширене.
Томпсон В. [3. С. 32; С. 15]	Це поява нових ідей, процесів, продуктів та послуг.
Мужейль Я. [3. С. 192; С. 65]	Промислове застосування нових технологій, що пов'язане зі змінами у продукті.
Валента Ф. [3. С. 34; С. 21]	Це зміна внутрішньої структури до появи нового продукту.
Бирський Е. [3. С. 192; С. 65]	Промислове виробництво, що пов'язане з виникненням нового виробу.
Познанський К. [3. С. 221]	Процес змін методів виробництва і продуктів для появи чогось нового, що не використовувалося до цього моменту.
Уткін Є.А. [3. С. 180; С. 10]	Це об'єкт, що має нові споживчі якості та використовується переважно в науково-технічних та інших досягненнях.

Незважаючи на велике різноманіття наукових праць, кожен із вітчизняних вчених висловлює своє обґрунтування інноваційної діяльності по-різному. У поняття «інноваційна діяльність підприємства» немає однозначного трактування, тому воно й досі залишається у постійному розвитку, доповнюється все новими аспектами. Але вчені намагалися дослідити дієві механізми залучення та ефективного використання самих інновацій [4].

**Основною метою статті** є визначення проблем, які стримують інноваційну активність вітчизняних підприємств та не дають можливості для її розвитку, а також пропонування заходів щодо її підтримки та визначення напрямів покращення фінансування інноваційної діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні в Україні вже сформована нормативно-правова база та механізми щодо здійснення інноваційної політики. Інноваційно активні підприємства поступово починають зростати завдяки виробництву інновацій, а саме завдяки організаційному та маркетинговому розвитку.

Загальна кількість підприємств (зображено на рис. 1) показує високий вплив зайнятості організаційними та маркетинговими інноваціями, що згубно вплинула на зменшення частки технологічних інновацій на підприємстві.

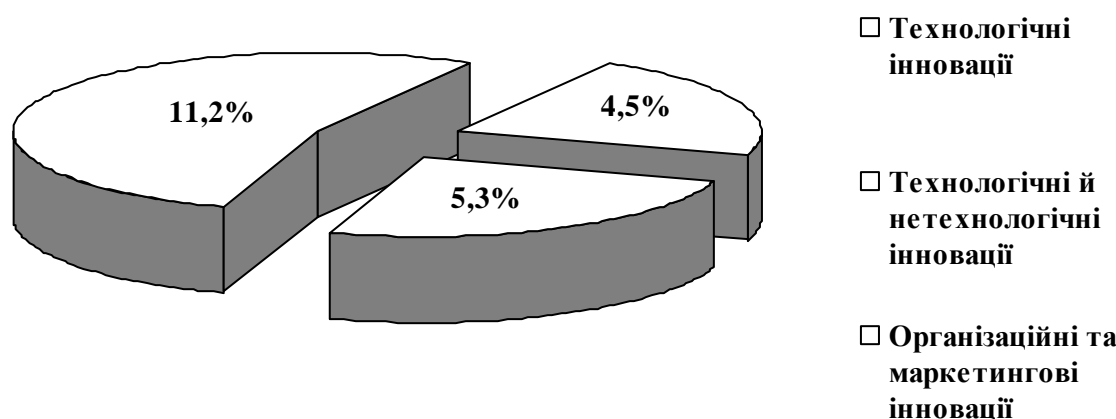


Рис 1. Зайнятість інноваційною діяльністю підприємств

На сьогоднішній день економіка України гальмує розвиток науково-технічних нововведень, адже виробнича база поки є низькою, а фінансування з боку держави - слабким. Відповідно, формування ефективної державної науково-технічної та інвестиційної політики сприятиме становленню економічної незалежності України й допоможе отримати переваги у конкурентній боротьбі.

Проблема розвитку інноваційної діяльності для України є надзвичайно актуальною, тому що кожна підприємницька структура потребує підвищення ефективності виробництва за допомогою активізації інноваційної діяльності.

За своїм характером інноваційні нововведення діляться на технічні, організаційні та соціально-економічні (рис. 2).

Технічні інновації охоплюють випуск нової продукції та впровадження нових чи діючих процесів.

Організаційні нововведення – це запровадження нових форм і методів як в організації праці на підприємстві, так і в науковій і виробничій діяльності трудових колективів.

Соціально-економічні інновації – це процеси активізації та вдосконалення людського фактору, наприклад, підвищення та підготовка висококваліфікованих кадрів, моральне стимулювання, творче ставлення до роботи, повна реалізація ціноутворення, фінансування та прогнозних результатів діяльності.

Технічні інноваційні процеси мають великий вплив на організаційні нововведення, а організаційні новинки безпосередньо потребують змін у господарському механізмі. Їхній взаємозв'язок може викликати зміни в організації виробництва і призвести до технічних інновацій.

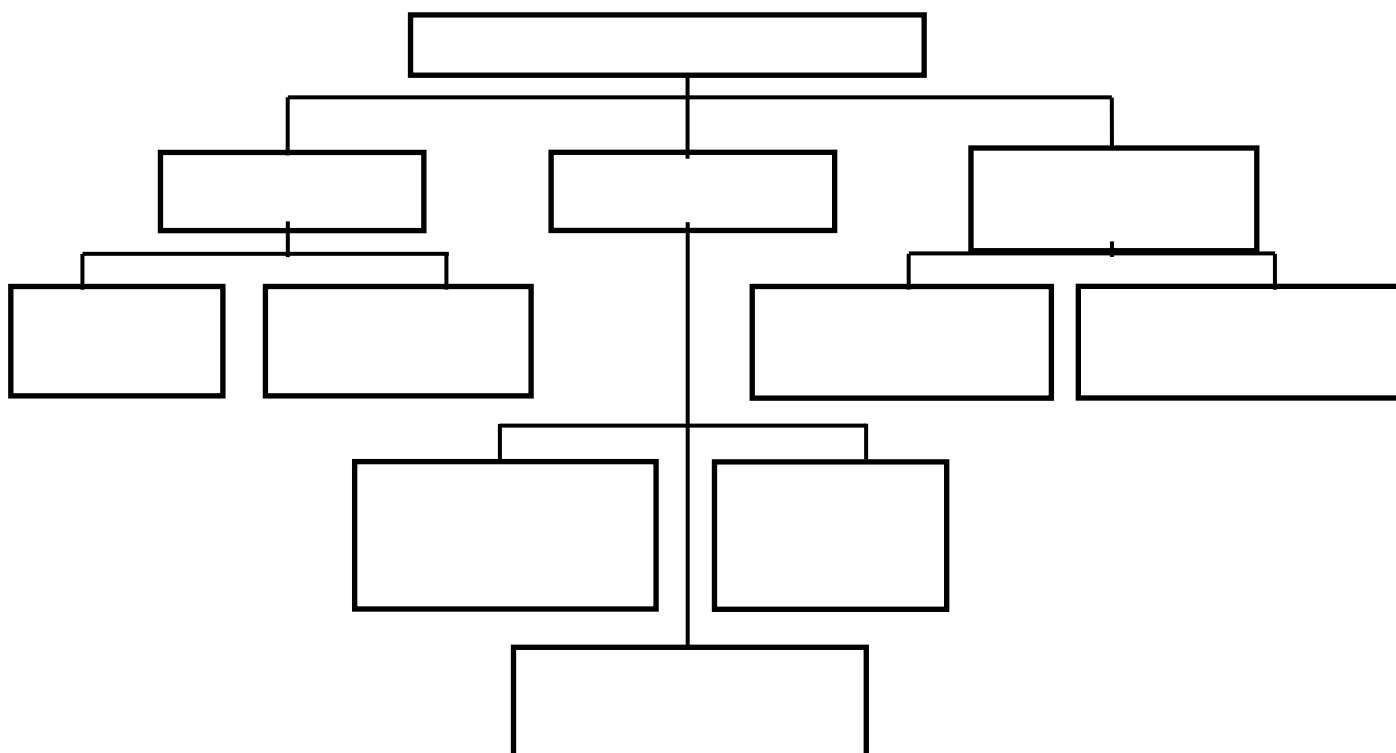


Рис. 2. Класифікація інноваційних процесів на підприємстві

Стійкий розвиток соціально-орієнтованої ринкової системи господарювання в Україні має великий вплив на розширення інноваційної діяльності підприємств. Активізація інноваційної діяльності на всіх економічних рівнях системи сприятиме підвищенню ефективності виробництва, що призведе до зростання продуктивності праці, збільшення обсягів виробленої продукції та національного доходу країни. Нестабільність економіки дуже негативно впливає на організацію інноваційної діяльності. Тому проблема активізації інноваційної діяльності набуває все більшої актуальності. Головним негативним впливом є постійне зниження кількості підприємницьких структур, що відносяться до даного виду діяльності. Причиною цього є зниження активності інноваційної діяльності підприємств.

Зазначимо головні заходи покращення інноваційних процесів:

- вдосконалення методів та форм управління організацією виробництва;
- формування організаційних структур управління інноваційним процесом;
- забезпечення оптимальних витрат на фінансування інноваційної діяльності;
- удосконалення виробничого процесу інноваційним шляхом;
- впровадження системи стимулювання інноваційного процесу на підприємстві.

Згідно зі статистичними даними (рис. 3), інноваційна активність промислових підприємств, що займаються інноваціями, в 2013-2016 рр. має поступову тенденцію до збільшення, що різко переривається в 2017 році. Порівнюючи 2016-2017 рр., можемо помітити, що інноваційна активність показала низький результат, що перевищує 55% від загальної суми витрат [5].

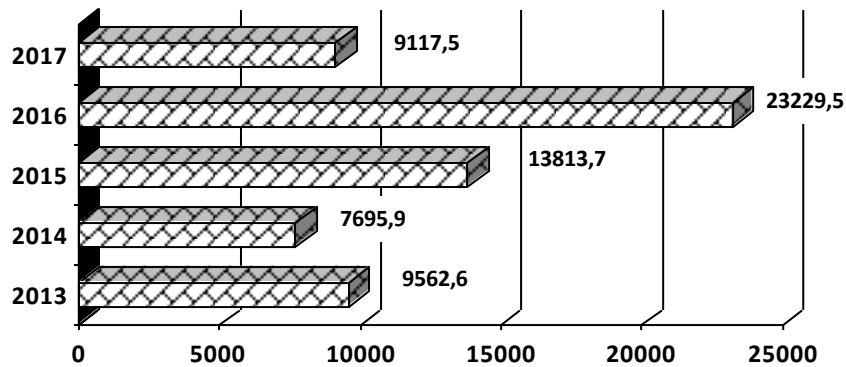


Рис. 3. Інноваційна активність підприємств

Основним вагомим напрямком інноваційної діяльності підприємств України є придбання машин, обладнання та програмного забезпечення для створення новітніх продуктів і послуг або поліпшення вже існуючих на підприємстві. Значна кількість підприємств брала участь у навчанні та підготовці персоналу до розроблення й впровадження нових процесів, здійснювала ринкове запровадження інноваційних продуктів і послуг, а також намагалася здійснити зазначені процедури та технічну підготовку для створення нового продукту.

Проведемо необхідний аналіз машинобудівних підприємств на основі інноваційної діяльності. Протягом останніх років відбувається поступове збільшення підприємств з інноваційною діяльністю, що є наслідком прогресивного розвитку. У 2017 році інноваційну діяльність провадили 672 машинобудівних підприємств, що порівняно з попереднім роком збільшилася на 28% та, порівняно, з 2015 на 41%.

Вагому частку інновацій, що впроваджували машинобудівні підприємства відіграють виробництво саме транспортних засобів та устаткування, що наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

#### Частка машинобудівних підприємств, що займалися інноваціями (з 2013 по 2017 роки)

	Підприємства, що впроваджували							
	інноваційну продукцію		інноваційні процеси		організаційні інновації		маркетингові інновації	
	2013-2015	2015-2017	2013-2015	2015-2017	2013-2015	2015-2017	2013-2015	2015-2017
Машинобудування	20,6	22,4	16,3	17,2	8,1	7,3	7,4	6,5
- виробництво машин та устаткування	18,4	20,1	15,9	15,5	8,0	7,4	7,6	6,1
- виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	22,7	22,6	17,1	17,7	7,5	5,6	6,7	5,9
- виробництво транспортних засобів устаткування	23,7	29,9	15,7	21,5	9,7	10,6	8,0	9,1

Загалом за останні роки машинобудівна промисловість поступово збільшує впровадження інноваційної продукції та процесів, але, відповідно, зменшується обсяг організації та маркетингової інновації. Власні кошти підприємства, використаних для інноваційної цілі складають 60-70 %, щодо фінансування з державного бюджету становлять 3 %, а також кредитні ресурси – 2 % і кошти інвесторів – 1 %. За допомогою наведених даних головним джерелом виступають власні кошти промислового підприємства на які слід спиратися протягом майбутнього періоду [5].

У 2017 році впровадженням інновацій займалося 672 підприємств, із них 456 - впровадження нових технологічних процесів та 358 - інноваційної продукції. Порівняно з 2016 р. новий технологічний процес в 1,9 разів є меншим (рис. 4).

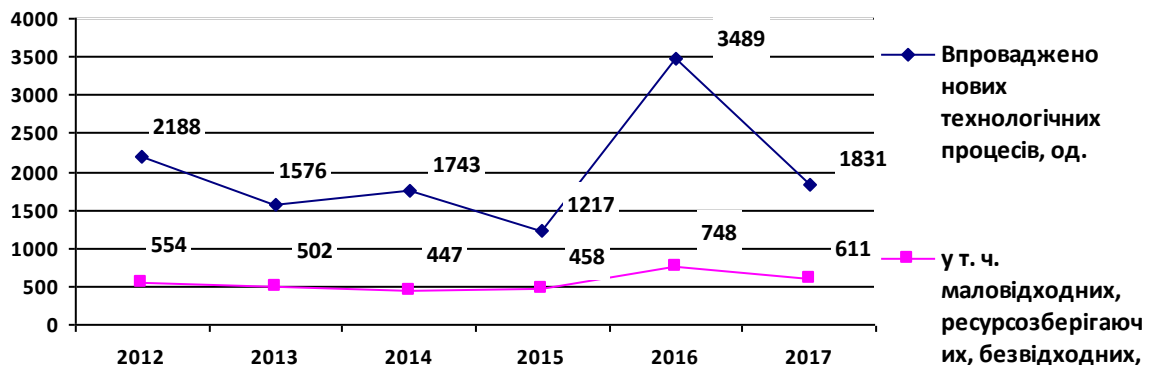


Рис. 4. Динаміка впроваджених нових технологічних процесів за 2012 – 2017 рр., од.

Здебільшого нові технологічні процеси впроваджувалися промисловими підприємствами саме з виробництва машин і устаткування, що становлять 18,8%, також з добування сирової нафти та природного газу – 17,7% та з виробництва готових металевих виробів не враховуючи машин і устаткування - 13,4 %.

Частка інших технологічних процесів, що включає маловідходні, ресурсозберігаючі та безвідходні поступово зменшилася на 18,3 %.

У 2017 р. порівняно з попереднім роком, кількість впроваджених інноваційних видів продукції стала меншою на 42,3%. Також зменшилася кількість машин, устаткування, приладів, апаратів на 42,5 %. Кількість інноваційної продукції, які для ринку є новими, зменшилася аж на 51,2 % (рис. 5).

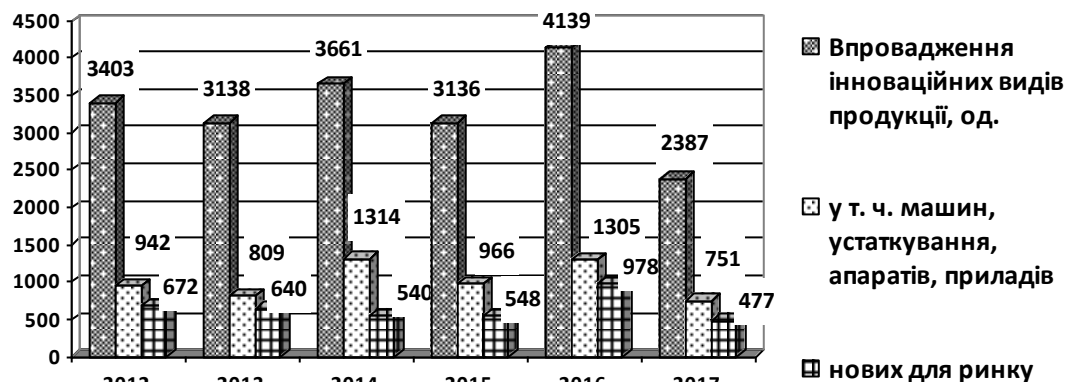


Рис. 5. Динаміка впровадження інноваційних видів продукції за 2012 - 2017 рр., од.

Найбільша часткам впровадженій інноваційних видів продукції припадає саме на промислові підприємства з виробництва машин і устаткування (23,9%), з виробництва харчових продуктів (21,4%), з виробництва хімічних речовин і хімічної продукції (17,4%). Результатом є висока частка витрат на інноваційну діяльність підприємств, в першу чергу з виробництва машин і устаткування та харчової продукції.

З даного аналізу виокремлюємо найголовнішу кількість показників інноваційних проектів, що характеризуються результативністю та ефективністю. Виділимо основні показники інноваційної діяльності та об'єднаємо у чотири групи (табл. 3).

Таблиця 3

Показники, які характеризують підприємства, що займаються інноваційною діяльністю	Показники результатів інноваційної діяльності
<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість підприємств, які займаються інноваційною діяльністю;</li> <li>- кількість зайнятих НДДКР;</li> <li>- абсолютна зміна та темпи зростання зайнятих інноваційною діяльністю;</li> <li>- загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність по окремих джерелах і в динаміці по роках.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяги науково-дослідної, науково-технічної діяльності, проектно-конструкторських робіт;</li> <li>- обсяги виготовлення дослідних зразків;</li> <li>- обсяги науково-технічних послуг.</li> </ul>
Показники використання результатів інноваційної діяльності	Показники ефекту від інноваційної діяльності
<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість найменувань нових видів продукції по роках;</li> <li>- частка нових видів продукції в загальному її обсязі по роках;</li> <li>- конкурентоспроможність продукції на внутрішньому і світовому ринках;</li> <li>- ступінь прогресивності технологій;</li> <li>- обсяг робіт з технічного вдосконалення виробництва, їх абсолютна та відносна зміна по роках;</li> <li>- економічні результати: приріст прибутку внаслідок впровадження результатів інноваційної діяльності, зниження ресурсомісткості продукції тощо, які розраховуються по роках, визначається їх абсолютна та відносна зміна.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комерційний ефект – відбиває фінансові наслідки реалізації результатів інноваційної діяльності для її безпосередніх учасників;</li> <li>- бюджетний ефект – характеризує фінансові наслідки реалізації результатів інноваційної діяльності для державного та місцевих бюджетів;</li> <li>- загальноекономічний ефект – визначає результати інноваційної діяльності для всієї національної економіки, регіонів та галузей: виручка від реалізації на зовнішньому та внутрішньому ринках інноваційного продукту; виручка від продажу ліцензій, ноу-хау, програмного забезпечення тощо.</li> </ul>

За допомогою показників, як бачимо з таблиці 3, можемо провести необхідну оцінку інноваційної діяльності машинобудівних підприємств. Для оцінки ефективності інноваційної діяльності наявні показники необхідно систематизувати та утворити модель економічного аналізу підприємства. Завдяки наданій моделі, користувачі точніше зможуть оцінити ефективність впроваджених інновацій та зробити аналіз інноваційного проекту на підприємстві.

Успішний розвиток інноваційної діяльності на підприємстві залежить здебільшого від рівня інноваційного потенціалу підприємства. Адже впровадження нових технологій на підприємстві неможливе без оцінки визначення достатності певних ресурсів для застосування інноваційної діяльності (табл. 4), оскільки цілком реальною може бути ситуація, що фінансових ресурсів не вистачить для подальшого закінчення впровадження нововведень. Інноваційний потенціал – це здатність підприємства дотримуватися поставлених цілей на підприємстві за наявності певних ресурсів. Структурними елементами треба постійно управляти, тому що кожен компонент здатний по-різному впливати на інноваційний потенціал підприємства [6].



Таблиця 4

Структурні елементи	Характеристика
Виробничі ресурси	Необхідні для ефективного ведення виробничої діяльності (оборотні кошти, основні виробничі фонди).
Технологічні ресурси	Наявність прогресивних технологій, які забезпечують інноваційний характер продукції, що випускається.
Кадрові ресурси	Визначають виробничий і науковий рівень кваліфікації персоналу підприємства, здатного до сприйняття, освоєння нових технологій та виробництва нової продукції.
Організаційно-управлінські ресурси	Представляють здатність організаційної структури управління підприємством забезпечити здійснення ефективної інноваційної діяльності.
Маркетингові ресурси	Забезпечують маркетингові дослідження у вигляді сучасних видів рекламування інноваційної продукції.
Науково-дослідні ресурси	Представлені у вигляді власних наукових розробок, «ноу-хау», а також наявність науковців, зайнятих в інноваційній сфері.
Інвестиційні ресурси	Власні засоби підприємства, а також наявність сприятливого інвестиційного клімату для залучення додаткових інвестицій (кошти інвесторів, банківські кредити, бюджетні кошти та ін.).
Інформаційні ресурси	Забезпечують підприємство інформацією, яка необхідна для ухвалення інноваційних рішень, обміну знаннями і досвідом в інноваційній сфері, підвищення інноваційної культури суспільства.

**Висновки.** Отже, рівень інноваційної діяльності в Україні є недостатнім, тому важливою складовою успіху є реформування економіки країни. Низький рівень сфери розвитку призводить до занепаду підприємств та не сприяє науковим досягненням, що також не дає можливості підвищити конкурентоспроможність економіки. Таким чином, виникає необхідність розгляду, оцінки та аналізу інноваційної діяльності підприємств, розроблення певних підходів, що впливатимуть на підвищення розвитку інноваційної активності виробництва.

Запровадження методичних підходів до оцінки та аналізу інноваційної діяльності підприємств дають можливість:

- контролювати та проводити аналіз інноваційної активності та створити заходи щодо активізації інноваційної діяльності підприємств;
- ефективно спланувати інноваційну діяльність;
- організувати інноваційну діяльність на промислових підприємствах і комплексно керувати нею;
- зазначати результати інноваційної активності щодо подальшого розвитку виробництва.

### Література

1. Александрова В. П. Пріоритети технологічного розвитку економіки України перехідного періоду / Александрова В. П., 2003. – 70 с. Режим доступу: <http://studentam.kiev.ua/content/view/696/93/>
2. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Антонюк Л. Л., 2003. – 394 с. Режим доступу: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_03\\_1\\_70\\_uk.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_03_1_70_uk.pdf)
3. Бирський Е., Валента Ф., Залтман Г., Мужейль Я., Познанський К., Кантер Р. М., Томпсон В., Уткін Є. А., Хучек М., Шумпетер Й. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів / Е. Бирський, Ф. Валента, Г. Залтман, Я. Мужейль, К. Познанський, Р. М. Кантер, В. Томпсон, Є. А. Уткін, М. Хучек, Й. Шумпетер. Режим доступу: <file:///C:/Users/Admin/Desktop/Інноваційна%20діяльність.pdf>
4. Слободяник С. С. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / С. С. Слободяник // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Економіка. - 2013. - Вип. 2. - С. 109-114. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu\\_ekon\\_2013\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2013_2_15)
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/01/Arch\\_Ukr\\_.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_Ukr_.htm)
6. Єжакова Н. В. Методичні підходи до управлінського обліку та аналізу ефективності інноваційної діяльності й інноваційної активності підприємств [Електронний ресурс] / Н. В. Єжакова // Економіка промисловості. - 2011. - № 1. - С. 135-139. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr\\_2011\\_1\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_22)

### References

1. V. P. Aleksandrova. The Priorities of Technological Development of the Economy of Ukraine of Transitional Period / V. P. Aleksandrova, 2003. - 70 p. Access mode: <http://studentam.kiev.ua/content/view/696/93/>
2. L. L. Antonyuk. Innovations: Theory, the Mechanism of Development and Commercialization / L. L. Antonyuk, 2003. - 394 p. Access mode: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_03\\_1\\_70\\_en.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_03_1_70_en.pdf)
3. E. Birsy, F. Valenta, G. Zaltman, Y. Muzheil, K. Poznansky, R. M. Kanter, V. Thompson, E. A. Utkin, M. Khuchek, J. Shumpeter. Innovative Activity of the Enterprises and Economic Evaluation of Innovative Processes / E. Birsy, F. Valenta, G. Zaltman, Y. Muzhiel, K. Poznansky, R. M. Kanter, V. Thompson, E. A. Utkin, M. Khuchek, J. Schumpeter. Access mode: <file:///C:/Users/Admin/Desktop/Innovational%20action.pdf>
4. S. S. Slobodyanyk. Problems and Perspectives of the Development of Innovative Activity of Domestic Enterprises [Electronic resource] / S. S. Slobodyanyk // Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Management. Series: Economics. - 2013. - Issue 2. - P. 109-114. - Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu\\_ekon\\_2013\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2013_2_15)
5. State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. - Access mode: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/01/Arch\\_Ukr\\_.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_Ukr_.htm)
6. N.V. Ezhakova. Methodical Approaches to Management Accounting and Analysis of the Efficiency of Innovation Activity of Enterprises [Electronic resource] / N.V. Ezhakova // Economy of Industry. - 2011. - No. 1. - P. 135-139. - Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr\\_2011\\_1\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_22)

Рецензія / Peer review 14.10.2018 Надрукована / Printed: 03.12.2018

УДК 658.14

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-90-93

ШАРКО М. В.

Херсонський національний технічний університет

ГУСАРИНА Н. В.

Херсонський національний технічний університет

## СТРУКТУРІЗАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ ТА НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Розглянуто методи, процеси та особливості формування розвитку ресурсного потенціалу сучасних підприємств. Наведено кількісні та якісні співвідношення структури ресурсного потенціалу в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. Виконано аналіз факторів, які стримують розвиток ресурсного потенціалу у сучасних умовах господарювання. Запропоновано ряд заходів з оцінки, управління, відтворення і модернізації ресурсного потенціалу. Визначено, що організаційне забезпечення ресурсного потенціалу направлено на ефективне формування і використання ресурсів та резервів, отримання економічного результату, укріплення позицій підприємства на сучасному ринку.*

*Ключові слова: структуризація, ресурсний потенціал, формування, компоненти, розвиток, ефективність.*

SHARKO M.

Kherson national technical University

GUSARINA N.

Kherson national technical University

## ORGANIZATIONAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF RESOURCE POTENTIAL OF MODERN ENTERPRISES

*The purpose of the work is the economic aspects of managing the resource potential of the company, as a factor in the sustainable economic development of production.*

*The methods, processes and peculiarities of formation and development of resource potential of modern enterprises are considered. The quantitative and qualitative relations of the structure of the resource potential in the conditions of dynamic changes of the external environment are presented. The analysis of factors, which restrain the development of resource potential in modern economic conditions, is carried out. A number of measures are proposed for evaluation, management, reproduction and modernization of resource potential. It has been established that the success of the operation of an enterprise depends on the formation of the resource potential of the enterprise, which contributes to achieving the strategic and operational objectives of the enterprise, obtaining an economic result, strengthening the company's position on existing market niches, and developing new market sectors.*

*Organizational provision of resource potential is aimed at the efficient formation and use of resources and reserves, obtaining an economic result, strengthening the company's position in the modern market in conditions of dynamic changes of the environment.*

*Key words: structuring resource potential, formation, components, development, efficiency.*

**Вступ.** При введенні товарів, які володіють необхідним запасом споживчих властивостей до необхідного сегменту ринку, обов'язково вирішуються питання ресурсного забезпечення, устаткування, технологій, кваліфікаційних можливостей кадрів. Нестабільність суспільного розвитку і глибина трансформацій в функціонуванні підприємств у сучасних непередбачуваних впливах зовнішнього середовища проявляються в змінні пропорцій між існуючими елементами формування ресурсного потенціалу та руйнуванням старих виробничих зв'язків з переоцінкою орієнтирів розвитку. В цих умовах структуризація компонентів та напрямків розвитку забезпечення інформування ресурсного потенціалу представляє не тільки науковий, але і практичний інтерес.

Вивчення стратегічного ресурсного потенціалу підприємств у сучасних умовах господарювання, які характеризуються невизначеністю впливу зовнішнього середовища є необхідним атрибутом планування їх господарської діяльності [1-8]. Важливість управління ресурсним потенціалом підприємством обумовлюється тим, що при недостатній кількості запасів виникають труднощі із забезпеченням випуску запланованих обсягів продукції. Зайві запаси викликають додаткові втрати, пов'язані зі складуванням, забезпеченням і збереженням їх необхідної якості. Наявність зайвих запасів, призводить до зниження оборотності коштів, тому необхідна оптимізація розподілу і формування ресурсів, що є головним напрямком управління розвитку ресурсного потенціалу підприємств.

Метою роботи є структуризація компонентів та напрямків розвитку ресурсного потенціалу підприємства, як фактору забезпечення сталого функціонування виробництва в динамічних .

**Експериментальна частина.** Для утримання і закріплення ринкових позицій у сфері своєї господарської діяльності. Для реалізації цього підприємству необхідно систематично виконувати аналіз наявного ресурсного потенціалу, включно з аналізом основних виробничих фондів, аналізом матеріальних витрат, аналізом матеріальних витрат, аналізом трудових ресурсів. Управління ресурсним потенціалом є ледве не основним елементом сталого розвитку підприємницької сфери. Особливістю розвитку

підприємства в умовах динамічних змін зовнішнього середовища є оптимальне використання і розподіл ресурсів, які є в наявності з отриманням максимальної віддачі від наявних можливостей.

Сутність ресурсного потенціалу підприємства в своїй сучасній інтерпретації трактується як кошти, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певних цілей. Ресурсний потенціал підприємства являє собою одну з об'єктивних характеристик, які відображають здатність визначати процеси виробництва, розподілу і відтворення товарів і послуг [3]. Ресурсний потенціал характеризується як кількісними, так і якісними показниками і визначає конкурентоспроможність підприємства в ринкових умовах. Чистий прибуток і рентабельність залежать від наявних ресурсів і ефективності їх використання.

Структура ресурсного потенціалу українських підприємств складає: 60% - основні фонди, 25% - персонал, 15% - інформаційне забезпечення, оборотні фонди [4]. Методологічною основою розвитку ресурсного потенціалу є співвідношення результату з масою ресурсу, що використовується для його досягнення.

Факт наявності певних ресурсів зовсім не обов'язково означає можливості їх практичного застосування і використання. Наявний ресурсний потенціал використовується при стратегічному бізнес-плануванні, представляючи собою базу довгострокового позиціонування підприємства. Доступний при найближчій перспективі мобілізаційний ресурс використовується для ліквідації вузьких місць в технологіях і розвитку виробництва.

Ресурсний потенціал підприємства надається наступним набором складових (рис. 1).



Рис. 1. Компоненти формування ресурсного потенціалу підприємств та їх характеристики

Фактори, які стримують розвиток ресурсного потенціалу, наведені на рис. 2.

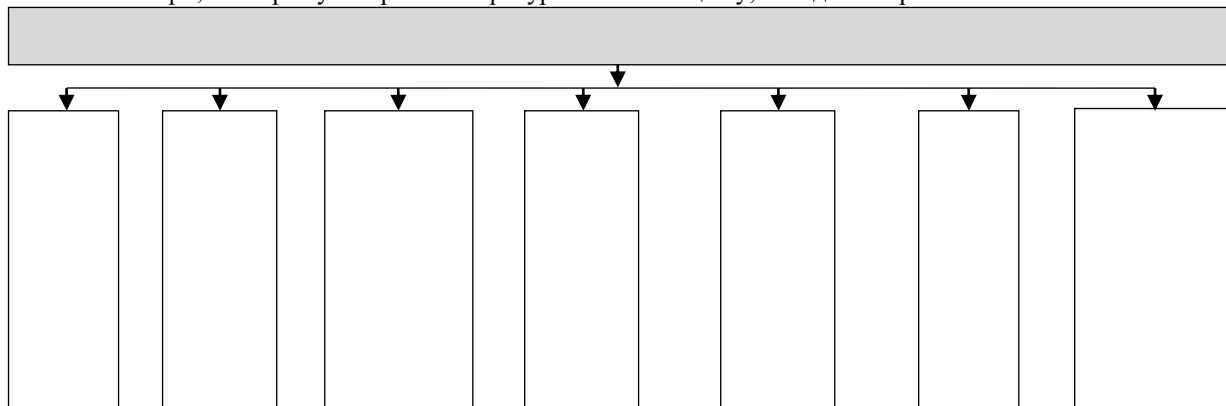


Рис. 2. Фактори, які стримують розвиток ресурсного потенціалу

В загальноприйнятих формулюваннях і класифікаціях ресурсний потенціал визначається як умови, які визначають ефективність управління виробництвом. До складу ресурсного потенціалу входять сукупність засобів виробництва джерел і їх запасів, які є у підприємства, трудові, природні і матеріальні витрати, необхідні для організації підприємницької діяльності. Іноді до складу ресурсного потенціалу входять інформаційні, організаційні і маркетингові ресурси підприємства. Узгальнюючи ці трактування, слід відмітити, що ресурсний потенціал підприємства визначається не тільки існуючими можливостями, але і об'єктами виробничої продукції, формою підприємництва і адекватної організаційної структури, яка містить законодавчу, податкову та інші сфери, а також можливості розширення та поповнення запасів у довгостроковій перспективі. Підприємство – це цілісна система, в якій діяльність усіх компонентів ресурсного потенціалу взаємопов'язана. В результаті їх взаємодії отримуються нові властивості, якими кожна з цих компонент не володіє.

Оцінка ресурсного потенціалу виконується шляхом сумування грошових оцінок матеріально-технічних, трудових, інформаційних і інтелектуальних ресурсів. Іноді використовують і агреговані індекси, що базуються на показниках статистичних даних підприємства і кореляційно-регресійні моделі, які базуються на вартісних уявленнях факторів, які характеризують економічний стан підприємства і його техніко-технологічну базу. Управлінський аспект розвитку ресурсного потенціалу сучасних підприємств полягає в залученні ресурсів у виробничому процесі детермінованих по кількості, якості, вартості, умовам придбання. До невикористаного резерву виробництва входять матеріали, потужності виробництва, фінансові, трудові і інтелектуальні ресурси.

Реалізація задач управління розвитком ресурсного потенціалу підприємств багато в чому залежить від наявності достовірної інформації, яка дозволить передбачати можливі наслідки від модернізації і відтворення ресурсного потенціалу підприємства і його складових.

Напрямки розвитку ресурсного потенціалу надано на рис. 3.

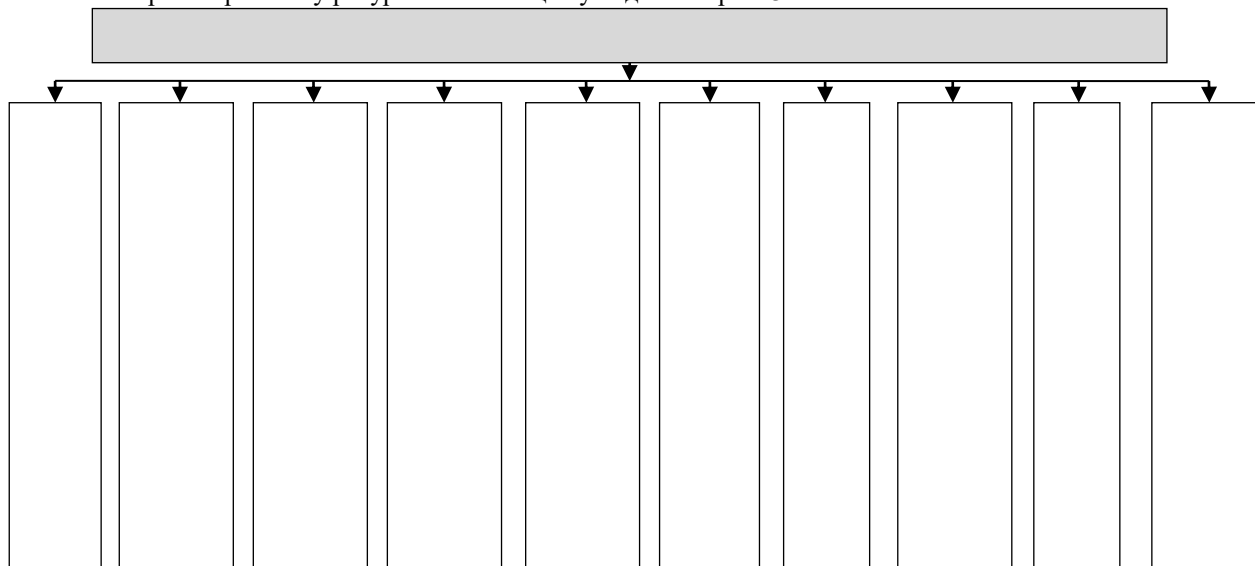


Рис. 3. Напрямки розвитку ресурсного потенціалу

Операції управління розвитком ресурсного потенціалу підприємства містять:

- збір фінансово-економічної інформації про стан підприємства;
- оцінка рівня конкурентоспроможності;
- оцінка складових ресурсного потенціалу;
- аналіз рівня використання ресурсів;
- виявлення резервів та джерел поповнення запасів;
- оцінка ефективності управління ресурсним потенціалом.

Алгоритм організаційних форм використання ресурсного потенціалу сучасних підприємств включає оцінку наявності обсягів матеріально-технічного капіталу, наявності необхідної компетентності трудового потенціалу, наявності резервів компенсації впливу зовнішнього середовища, що в цілому означає готовність до реалізації намічених цілей. В случае відсутності необхідних обсягів та компетентностей це позиції потребують корегування. При нестачі обсягів необхідно техніко-технологічної та матеріальної бази інновацій потребує пошук додаткових джерел залучення капіталу. При відсутності необхідних компетентностей наявних трудових ресурсів потребується навчання і підвищення кваліфікаційного рівня персоналу. Це дозволяє формувати наявний трудової капітал використовувати для запропонованих інновацій. Найбільш невизначеної організаційної формою ефективності використання ресурсів є визначення резервів компенсації непередбачуемого впливу зовнішнього середовища. Для цього на підприємстві має бути створення страхових запасів та стабілізаційні фонди, цілю яких є поповнення техніко-технологічної та

матеріальної бази виробництва. Страхові запаси та стабілізаційні фонди зменшують оборотність основних фондів. Тому їх розміри мають бути підвернені строгої регламентації. Усі відмічені організаційні форми ефективності використання ресурсів в цілому визначають прийняття рішень по реалізації орієнтирів економічного розвитку. При нестачі будь-якої організаційної форми використання ресурсів виконується корегування завдань інноваційних трансформацій по формуванню техніко-технологічної бази для забезпечення виробництва.

**Висновки.** Особливістю розвитку підприємства в умовах динамічних змін зовнішнього середовища є оптимальне використання і розподіл ресурсів, які є в наявності з отриманням максимальної віддачі від наявних можливостей. Організаційне забезпечення ресурсного потенціалу сприяє ефективному формуванню і використанню ресурсів і резервів. Формування потенціалу підприємства направлено на створення і організацію системи ресурсів таким чином, щоб результат їх взаємодії був фактором успіху в досягненні стратегічних і оперативних цілей діяльності підприємства, отримання економічного результату, укріплення позицій підприємства на існуючих ринкових нішах та освоєння нових ринкових секторів. Важливим напрямком успішного розвитку ресурсного потенціалу є оцінка можливостей майбутнього розвитку поповнення і відтворення джерел ресурсів, подолання існуючих проблем, пов'язаних з недосконалістю матеріально-технічної бази виробництва.

### Література

1. Шарко М.В., Гусарина Н.В. Ресурсный потенциал как основа экономического развития предприятия / М.В. Шарко, Н.В. Гусарина // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. - № 4. – С. 274-278.
2. Войцеховская И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / И.А. Войцеховская // Проблемы современной экономики. – 2006. - №1/2. – С. 152-154.
3. Шарко И.А. Потенциал и развитие предприятия: конспект лекций / И.А. Шарко, Е.В. Ульяненко / Харьковский национальный аграрный университет. – 2013. - 144 с.
4. Батова В.Н., Ильясова А.В. Управление ресурсным потенциалом как элемент управления экономической безопасностью предприятия / В.Н. Батова, А.В. Ильясова // Микроэкономика. – 2013. - №3. – С. 61-64.
5. Алхазов Ш.Т. Методические подходы к оценке ресурсного потенциала предприятий и отраслей региона / Ш.Т. Алхазов // Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. - №1(14). – С. 96-104.
6. Мельник М.В., Герасимова Е.Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова – М.: Форум ИНФРА, 2018. – 192 с.
7. Романенко О.В. Стратегический анализ использования ресурсного потенциала интегрированных предприятий / О.В. Романенко // Экономика развития. – 2013. - №2(66). – С. 104-109.
8. Денисюк О.Г. Формування фінансової складової ресурсного потенціалу промислових підприємств / О.Г. Денисюк // Вісник ХНУ. – 2017. - №3. – С. 112-116.

### References

1. Sharko M.V., Gusarina N.V. Resursnyj potencial kak osnova ekonomicheskogo razvitiya predpriyatiya / M.V. Sharko, N.V. Gusarina // Visnik Hmelnickogo nacionalnogo universitetu. – 2017. - № 4. – S. 274-278.
2. Vojcehovskaya I.A. Potencial predpriyatiya kak osnova ego konkurentosposobnosti / I.A. Vojcehovskaya // Problemy sovremennoj ekonomiki. – 2006. - №1/2. – S. 152-154.
3. Sharko I.A. Potencial i razvitie predpriyatiya: konspekt lekcij / I.A. Sharko, E.V. Ulyanenko / Harkovskij nacionalnyj agrarnyj universitet. – 2013. - 144 s.
4. Batova V.N., Ilyasova A.V. Upravlenie resursnym potencialom kak element upravleniya ekonomicheskoy bezopasnostyu predpriyatiya / V.N. Batova, A.V. Ilyasova // Mikroekonomika. – 2013. - №3. – S. 61-64.
5. Alhazov Sh.T. Metodicheskie podhody k ocenke resursnogo potenciala predpriyatij i otraslej regiona / Sh.T. Alhazov // Vestnik Volgogradskogo instituta biznesa. – 2011. - №1(14). – S. 96-104.
6. Melnik M.V., Gerasimova E.B. Analiz finansovo-hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya / M.V. Melnik, E.B. Gerasimova – M.: Forum INFRA, 2018. – 192 s.
7. Romanenko O.V. Strategicheskij analiz ispolzovaniya resursnogo potenciala integrirovannyh predpriyatij / O.V. Romanenko // Ekonomika razvitiya. – 2013. - №2(66). – S. 104-109.
8. Denisyuk O.G. Formuvannya finansovoyi skladovoyi resursnogo potencialu promislovih pidpriemstv / O.G. Denisyuk // Visnik HNU. – 2017. - №3. – S. 112-116.

Рецензія/Peer review : 17.11.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК: 338.49

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-94-99

ШАРКО М. В.

Херсонський національний технічний університет

## ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Викреслено особлива роль прямих іноземних інвестицій в розвиток високотехнологічного сектору промисловості. Здійснено аналіз сучасного стану інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні. Визначено основні проблеми, труднощі та фактори, що впливають на залучення прямих іноземних інвестицій у діяльність підприємств України. Запропоновано структурування напрямків інвестиційної політики, яка визначає призначення інвестиційної політики, принципи, вектори розвитку інноваційної політики та заходи щодо реалізації інвестицій в інновації, що дозволяє залучити прями іноземні інвестиції до власного сектору високих технологій. Встановлено, що залучення прямих іноземних інвестицій в інновації повинні бути направлена на визначення розмірів інвестицій, їх оптимізації, усунення причин недостатнього фінансування, що створює умови для розвитку фінансової підтримки високотехнологічних секторів економіки України.*

*Ключеві слова: прями іноземні інвестиції, високотехнологічний сектор, інвестиційний клімат, інвестиційна політика, інвестиційно-інноваційної діяльність*

SHARKO M.

Kherson national technical University

*The purpose of the work is to study the problems and regularities of attracting foreign investments into the Ukrainian economic based on the dynamics of investment and innovation development.*

*The special role of direct foreign investments in the development of the high-tech industry sector is eliminated. The analysis of the current state of investment-innovation activity in Ukraine is carried out. The main problems, difficulties and factors that influence the attraction of foreign direct investment in the activity of enterprises of Ukraine are determined. The proposed structuring of directions of investment policy, which defines the purpose of investment policy, the principles, vectors of innovation policy development and measures to implement investment in innovation, which allows attracting direct foreign investment to its own sector of high technology. It was established that attraction of direct foreign investments into innovations should be aimed at determining the size of investments, their optimization, elimination of the reasons for insufficient financing, which creates conditions for the development of financial support of high-tech sectors of the Ukrainian economy.*

*Key words: foreign direct investment, high-tech sector, investment climate, investment policy, investment and innovation activity*

**Постановка проблеми.** Ефективність суспільного виробництва при стрімкому впровадженні високотехнологічних секторів на сучасному етапі розвитку економіки України в значній мірі визначається рівнем технічної оснащеності основних фондів, який безпосередньо пов'язаний з інвестиційною діяльністю. Розвиток перспективних і створення нових наукоємних підприємств пов'язаних з виробництвом товарів, що мають високу додану вартість, характеризує перехід економіки України на новий інноваційний шлях.

Іноземні інвестиції дозволяють державі вийти на новий рівень її розвитку, отримати масу новітніх технологій, створити нові робочі місця і знизити рівень безробіття. Крім грошових коштів, використовують нові маркетингові стратегії, нові системи управління, ексклюзивний досвід, технічні виробничі ноу-хау. Україна залишається аутсайдером за своєю привабливістю для іноземного капіталу.

Необхідність залучення іноземних інвестицій пов'язана з підтримкою розвитку економіки деяких видів виробництв і галузей промисловості. Залучення іноземних інвестицій в українську економіку є засобом оздоровлення промисловості, як інструменту використання і запозичення сучасних наукоємних технологій, здатних істотно підвищити конкурентоспроможність вироблених товарів і послуг шляхом руху капіталу. Визначення шляхів і труднощів впровадження прямих іноземних інвестицій в економіку держави складає актуальність роботи.

**Аналіз останніх досяжних публікацій.** Теоретичним аспектам інвестиційно-інноваційної діяльності в економіці присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених Й. Шумпетера, М. Кондратьєва, І. Ансофа, М. Портера, С. Кузнеця, Б. Твісса, С. Глазьева, Ю. Макогона. Однак, сучасні умови господарювання, які характеризуються динамічними змінами зовнішнього середовища [1-3] і суттєво впливають на функціонування виробничих об'єктів, особливо в сфері високих технологій наукоємної продукції, яка характеризується стислими термінами її освоєння [4-6]. Тому набуває актуальності визначення галузей економіки, які є інвестиційно-привабливими для іноземних інвесторів та виділення проблем, які заважають залученню інвестицій, і шляхів їх усунення.

**До невирішених частин загальної проблеми** відносять визначення напрямків та засобів реалізації інвестиційної політики.

**Мета роботи.** Вивчення проблем та закономірностей залучення іноземних інвестицій в високотехнологічний сектор економіки України на базі динаміки інвестиційно-інноваційного розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Інвестиції представляють собою кошти, які вкладені в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку. Статистика розглядає інвестиції в нефінансові активи, фінансові вкладення та іноземні інвестиції. Інвестиції в нефінансові активи містять:

- інвестиції в основний капітал;

- витрати на капітальний ремонт;
- інвестиції в нематеріальні активи: патенти, ліцензії, програмні продукти;
- інвестиції в приріст запасів оборотних коштів;
- інвестиції в земельні ділянки і об'єкти природокористування.

Інвестиції в інноваційну діяльність вирішують головне завдання інвестування - отримання прибутку від інновацій та досягнення конкурентних переваг.

Серед найбільш успішних продуктивних і маркетингових інновацій з урахуванням рівня конкурентної переваги слід зазначити «Приватбанк», «Південмаш», «Нова пошта», «Фармагей», «Турбоатом», «Grammarly», «Нефтегазодобіча», «МХП», «Укроборонпром», «Розетка», «Сільпо», «Нібулон». Їх об'єднує прагнення до інновацій, здатність створювати нову цінність на перетині технологій та бізнесу.

Однією з труднощів впровадження інновацій в виробничий процес є неминучі ризики при інвестуванні в інноваційні проекти внаслідок мінливості та непередбачуваності поведінки зовнішнього середовища функціонування виробничих об'єктів. Особливо ці ризики зростають при освоєнні нової наукомісткої високотехнологічної продукції. Інвестиції грають дуже важливу роль в нормалізації економічних процесів.

Інвестиційний клімат це сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність вітчизняних і зарубіжних інвесторів.

Інвестиційна політика представляє собою комплекс заходів, спрямованих на поліпшення діяльності господарюючих суб'єктів. Держава здатна впливати на інвестиційне середовище. Методи державного регулювання інвестиційної діяльності включають кредитну і цінову політику, податкові та амортизаційні відрахування, Закони України, Постанови Кабінету Міністрів, Укази Президента. Правове забезпечення захисту інвестицій України представлено законодавчими актами [7-9].

Цілі інвестиційної політики:

- визначення оптимального обсягу інвестицій в кожен момент часу;
- підвищення ефективності використання інвестиційних коштів;
- вибір пріоритетних заходів розвитку інвестиційної бізнес-середовища;
- створення умов для посилення інноваційного потенціалу.

Максимальне зростання ефективності капіталу, особливо в високотехнологічному секторі економіки досягається випередженням зростання продуктивності праці над зростанням заробітної плати. Продуктивність праці зростає в міру прискорення темпів зростання інвестицій на одиницю праці, що дозволяє більш глибоко використовувати наявні ресурси. Іноземні інвестори приймають рішення про інвестування, якщо сума чистого прибутку протягом періоду функціонування інновації порівнянна з нормою прибутку, одержуваної від впровадження інновацій. При залученні прямих іноземних інвестицій в економіку України і в її високотехнологічні сектори розглядаються тільки ті інноваційні проекти, які гарантують повернення всіх інвестицій в установлені терміни.

Структуризація напрямків інвестиційної політики представлена на рис. 1.

Для залучення іноземних інвестицій в високотехнологічний сектор економіки необхідно підготувати чіткі інвестиційні пропозиції відповідно до міжнародних стандартів, вивчити ринки збуту і потенційних клієнтів.

Разом з тим, процес інвестування в інновації в Україні характеризується з високими ризиком пов'язаним з невизначеністю впливу зовнішнього середовища, правовою незахищеністю, відсутністю науково-обґрунтованих норм на виконання інноваційних проектів. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну представлена в табл. 1 [10].

Таблиця 1

#### Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну

Рік	2014	2015	2016	2017	2018
млн. дол. США	53704	40725,4	36154,5	37513,6	39144

Темп зростання продуктивності праці і відповідний йому темп зростання заробітної плати стимулюють рівний темп зростання інвестицій. Цікавим є розгляд структури компонентів прямих іноземних інвестицій у вигляді темпів зміни їх складових (табл. 2).

Таблиця 2

#### Структури компонентів прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США

Компоненти	2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсягу, %	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсягу, %	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсягу, %
Оптова та роздрібна торгівля	524,9	11,9	178,4	8,5	141,1	9,6
Промисловість	475,2	10,8	523,4	28	204,4	8,2
Інформаційні технології	157	9,4	171	12,1	200,2	7,9
Операції з нерухомістю	112	7,1	117,9	6,3	149,6	4,1
Професійна, наукова та технічна діяльність	66	4,8	74	3,1	111,6	6,4

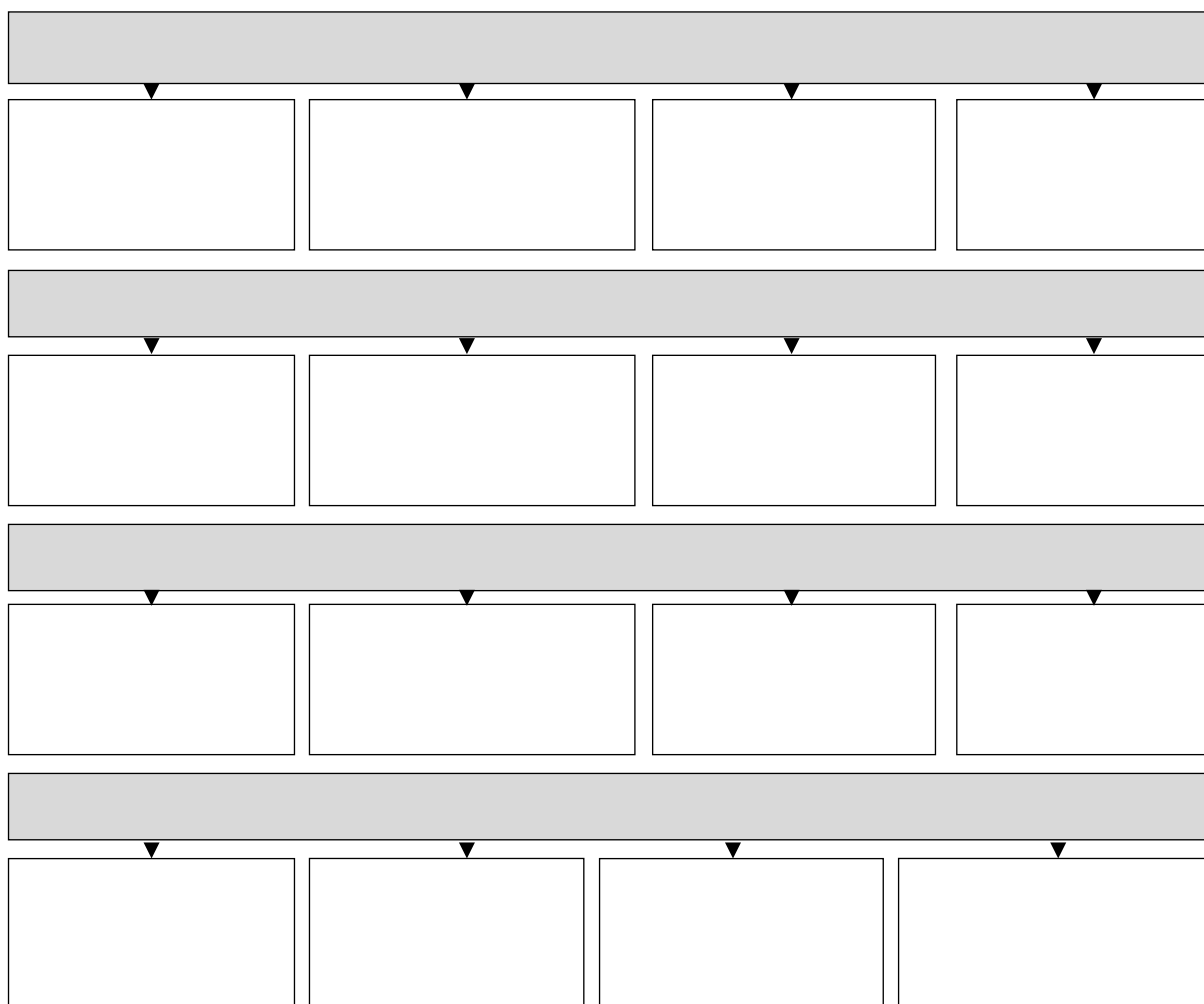


Рис. 1. Структуризація напрямків інвестиційної політики

Зазначена нерівномірність надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України також спостерігається в їх розподіл по регіонах України (табл. 3).

Таблиця 3

## Розподіл прямих іноземних інвестицій по регіонах України в 2018 р., млн. дол. США

Регіон	Дніпропетровська	Полтавська	Донецька	Київська	Харківська	Львівська	Одеська	Кіровоградська	Тернопільська	херсонська	Запорізька	Сумська	Луганська	Вінницька	Закарпатська	Чернівецька	Хмельницька	м. Київ	Усього
7,1	1,9	1,68	1,658	1,649	1,522	1,349	0,069	0,053	0,206	0,280	2,0	0,41	0,246	0,327	0,060	0,167	24,629	39,144	

На основі аналізу динаміки та структури інвестування інновацій (рис.2) можна зробити висновок про необхідність внесення змін до інноваційну привабливість галузей економіки та регіонів країни.

Проблеми та їх наслідки, які заважають залученню інвестицій в Україну полягають в наступному:

- економічний розвиток держави стримується зростанням імпорту більш конкурентоспроможної наукоємної продукції;
- надглядається витіснення вітчизняних виробників певних сегментів з ринку;
- існують випадки несправедливої, нечесної і неефективної приватизації;
- затягується перехід до ринкових форм господарювання;
- скорочення внутрішніх інвестиційних ресурсів змушує підприємства звертатися до закордонних джерел фінансування;



- в українській економіці існує високий рівень корупції, що визначає несприятливий інвестиційний клімат країни;

- спостерігається високий рівень непередбачуваності судових рішень;

- існує слабе верховенство права: захист прав інвесторів, гарантії виконання контрактів, вільний доступ до ресурсів та інфраструктури.

Іноземних інвесторів відлякує високий рівень корупції, недовіра до судової системи, нестабільність національної валюти, монополізація ринків, військовий конфлікт з Росією. Країни Євросоюзу в 2017 році вклали в українську економіку 597,3 млн. дол. США. Головними інвесторами були Кіпр, Великобританія, Німеччина. Надходження прямих інвестицій в економіку України в 2018 р. приведено на рис. 2. Надходження прямих закордонних інвестицій в економіку України у 2018 р. приведено на рис. 3.

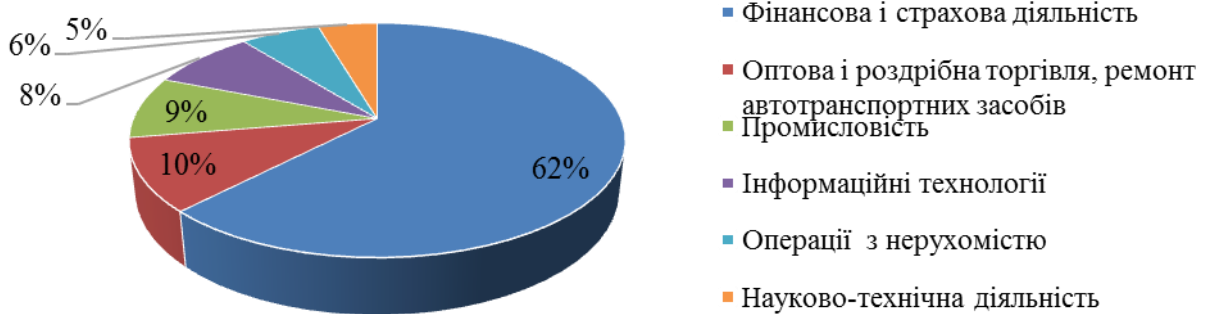


Рис. 2 Надходження прямих інвестицій в економіку України в 2018 р.

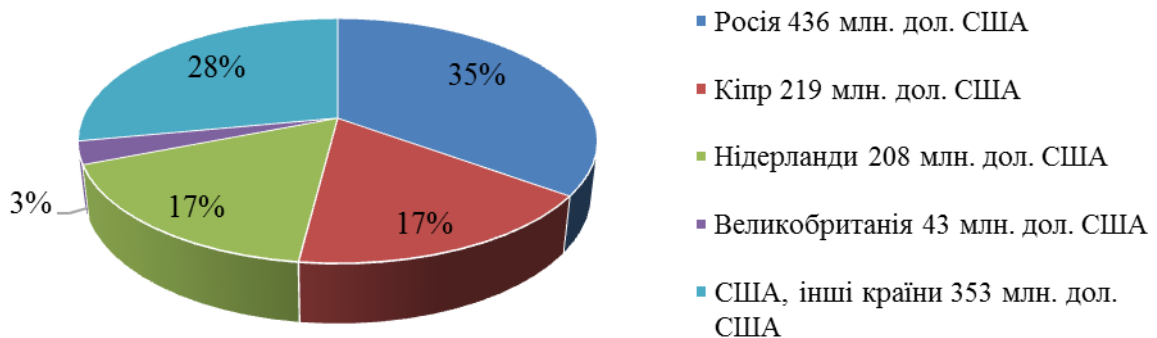


Рис. 3 Надходження прямих закордонних інвестицій в економіку України в 2018 р.

Прями закордонні інвестиції - це довгострокові вкладення матеріальних коштів компаніями-нерезидентами в економіку іншої країни. Розраховуються в млн. дол. США.

Прямі інвестиції з України здійснювалися в 46 країн світу. За даними Держстату України [11] інвестиції в країну надійшли з 133 країн світу. Найбільше число інвестицій надійшло з Кіпру (12274 млрд. дол. США), Німеччини (5,489 млрд. дол. США), Нідерландів (5,108 млрд. дол. США), Російської Федерації (2,686 млрд. дол. США), Австрії (2,354 млрд. дол. США), Великої Британії (1,954 млрд. дол. США), Франції (1,539 млрд. дол. США), Швейцарії (1,371 млрд. дол. США), Італії (0,966 млрд. дол. США).

На підприємствах промисловості зосереджено на прямих іноземних інвестицій 13,499 млрд. дол. США (31,5%), в тому числі в переробної - 11,532 млрд. дол. США, в добувної промисловості та розробки кар'єрів 1,287 млрд. дол. США, в постачанні електроенергії та газу 0,602 млрд. дол. США.

Поряд з надходженнями іноземного капіталу в економіку України існує і зворотний рух - переміщення капіталу з України в інші країни. Основний відтоку капіталу - вкладення в активи, що гарантують більш високий рівень захисту прав і конфіденційності від легалізації доходів, отриманих незаконним шляхом до виведення активів з ризику експропріації. Переміщення капіталу з України є способом диверсифікації ризиків.

Структура прямих іноземних інвестицій в економіку України приведено у табл. 4 [10].

За даними Держкомстату України, в Україну було залучено 28 млн. дол. США, найбільше число з них було вкладено в науково-технічну діяльність, фінанси і страхування. У той же час кошти, які надходять в Україну, направляються на сировинне забезпечення та видобувну промисловість. Таким чином Україна стимулює технічний прогрес інших країн, будучи по суті виробничо-сировинною економікою зі слабкою банківською системою.

Аналіз статистичної інформації показує гостру необхідність в залученні прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Залучати інвестиції в економіку набагато вигідніше, ніж брати кредити.

Іноземних інвесторів приваблює фінансова і страхова діяльність, оптова і роздрібна торгівля, ремонт автотранспорту. Останнім часом інвестиційний клімат в країні покращився, однак, все ще існує велика кількість перешкод. Для створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні, необхідно вирішити ряд проблем політичної нестабільності, зниження бюрократизації, зменшення кількості податків.

Таблиця 4

**Структура прямих іноземних інвестицій в економіку України**

Рік	Інвестиції		Сальдо
	в Україну	з України	
2002	693	-5	+698
2003	1424	13	+1411
2004	1715	4	+1711
2005	7808	275	+7533
2006	5604	-133	+5737
2007	9891	673	+9218
2008	10913	1010	+9903
2009	4816	162	+4654
2010	6495	736	+5759
2011	7207	192	+7015
2012	8401	1206	+7195
2013	4499	420	+4079
2014	410	111	+299
2015	2961	-51	+3012
2016	3284	16	+3268
2017	2202	8	+2194
2018	2355	-5	+2360

З 2014 р. без урахування окупованих територій Криму, Севастополя, частини Донбасу

Капітальні інвестиції за видами активів в 2018 р. приведено у табл. 5 [11].

Таблиця 5

**Капітальні інвестиції за видами активів в 2018 р.**

Показники	В фактичних цінах, млн. грн	Проценти до загального, %
Інвестиції в матеріальні активи	81495,1	91,6
Житлові будівлі	10246,7	11,5
Нежитлові будівлі	10333,6	11,6
Інженерні споруди	13448,9	15,1
Машини, обладнання	32199,4	36,2
Транспортні засоби	11648,1	13,1
Земля	202,2	0,2
Рослинництво, тваринництво	890,5	1,0
Інші матеріальні активи	2526,0	2,9
Інвестиції в нематеріальні активи	7559,7	8,4
з них		
- програмне забезпечення	4567,4	5,1
- права на об'єкти інтелектуальної власності	88955,1	100

Доцільно провести ряд заходів щодо поліпшення привабливості України, як країни в розвиток якої слід вкласти кошти для отримання прибутку. Такими заходами є:

- збереження належної правової бази;
- скорочення переліку дозвільної документації у підприємницькій діяльності;
- розробка та впровадження гнучкої податкової системи, яка передбачає пільги для іноземних інвесторів;
- зменшення розмірів митних зборів;
- поліпшення політичного становища всередині країни; проведення ефективної боротьби з корупцією.

Основним напрямком інвестування в інновації сьогодні має бути створення і впровадження обґрунтованої стратегії розвитку інвестиційного та високотехнологічного сектора економіки України, підготовки та реалізації програм по залученню іноземних інвестицій в країну.

**Висновки.** Україна на сучасному етапі її розвитку гостро потребує залучення іноземних інвестицій для модернізації економіки та розвитку нових перспективних галузей, особливо у високотехнологічному секторі. Інвестиції в інновації є найбільш ефективним способом розміщення фінансового капіталу. Вкладення коштів в інновації приводить до модернізації об'єкта інвестування, збільшення прибутку і закріпленню лідируючих позицій на ринку.

Перспективи подальших досліджень інвестиційної політики залучення прямих іноземних інвестицій в інновації повинні бути направлена на визначення розмірів інвестицій, їх оптимізації, усунення причин недостатнього фінансування та створення умов для розвитку фінансової підтримки інновацій.

### Література

1. Клиновіцкий І.В. Аналіз інвестиційної привлекателності підприємств / І.В. Клиновіцкий, А.С. Швець // *Современные научные исследования и инновации.* – 2018. – № 5. – С. 6-17.
2. Шарко М.В. Державне регулювання інноваційних процесів / М.В. Шарко // *Актуальні проблеми економіки.* – К.: Національна академія управління. – 2003. – №12(30). – С. 168-178.
3. Чебанов С. Иностранные инвестиции: тенденции развития / С. Чебанов // *Мировая экономика и международные экономические отношения.* – 2002. - № 1. – С. 23-31.
4. Косенко А. Високотехнологічний сектор економіки: проблеми і рішення / А. Косенко // *Наука і інновації.* – 2011. № 11 (105). – С. 37-39.
5. Костюнина Г.М., Ливенцев Н.И. Международная практика регулирования иностранных инвестиций / Г.М. Костюнина, Н.И. Ливенцев – М.: Дело, 2001. – 214 с.
6. Шарко М.В. Формирование инновационного потенциала предприятий - монография. / М.В. Шарко - Херсон: ФЛП Гринь Д.С., 2014. - 288 с.
7. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560 – XII від 21.05.99// *Відомості Верховної Ради України* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
8. Закон України «Про режим іноземного інвестування» № 93/96 – ВР від 08.06.2000 // *Відомості Верховної Ради України.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96>
9. Закон України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» № 2299 - III від 15.03.2001 // *Відомості Верховної Ради України.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2299-14>
10. Державне агентство України з інвестицій та інновацій. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.in.gov.ua>
11. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

### References

1. Klinovickij I.V. Analiz investicionnoj privlekatelnosti predpriyatij / I.V. Klinovickij, A.S. Shvec // *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovacii.* – 2018. – № 5. – С. 6-17.
2. Sharko M.V. Derzhavne reguluvannya innovacijnih procesiv / M.V. Sharko // *Aktualni problemi ekonomiki.* – K.: Nacionalna akademiya upravlinnya. – 2003. – №12(30). – С. 168-178.
3. Chebanov S. Inostrannye investicii: tendencii razvitiya / S. Chebanov // *Mirovaya ekonomika imezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya.* – 2002. - № 1. – С. 23-31.
4. Kosenko A. Visokotekhnologichnyj sektor ekonomiki: problemi i resheniya / A. Kosenko // *Nauka i innovacii.* – 2011. № 11 (105). – С. 37-39.
5. Kostyunina G.M., Livencev N.I. Mezhdunarodnaya praktika regulirovaniya inostrannyh investicij / G.M. Kostyunina, N.I. Livencev – M.: Delo, 2001. – 214 s.
6. Sharko M.V. Formirovanie innovacionnogo potenciala predpriyatij - monografiya. / M.V. Sharko - Herson: FLP Grin D.S., 2014. - 288 s.
7. Zakon Ukrayini «Pro investicijnu diyalnist» № 1560 – XII від 21.05.99// *Vidomosti Verhovnoyi Radi Ukrayini* [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
8. Zakon Ukrayini «Pro rezhim inozemnogo investuvannya» № 93/96 – VR від 08.06.2000 // *Vidomosti Verhovnoyi Radi Ukrayini.* [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96>
9. Zakon Ukrayini «Pro instituti spilnogo investuvannya (pajovi ta korporativni investicijni fondi)» № 2299 - III від 15.03.2001 // *Vidomosti Verhovnoyi Radi Ukrayini.* [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2299-14>
10. Derzhavne agentstvo Ukrayini z investicij ta innovacij. [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu: <http://www.in.gov.ua>
11. Oficijnij sajт derzhavnogo komitetu statistiki Ukrayini [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Рецензія/Peer review : 11.11.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 330.339.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-100-107

ПІДДУБНА О.М.

«Європейський університет» м. Київ

## ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ, ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

*В процесі дослідження виявлено, теоретичне значення інновації, та інноваційного маркетингу, що в умовах високої конкурентоспроможності дозволить довгостроковий період бути успішними тільки тим підприємствам, які ведуть правильно вистроєний ланцюг інноваційної маркетингової стратегії.*

*В умовах кризи підприємства часто відмовляються від дорогих та довгострокових проектів, які потребують великих фінансових затрат та оновленого обладнання. В цих умовах маркетингологи можуть показати свою роботу та свої знання на практиці в досягненні поставленої мети вивести підприємство на кращі позиції на ринку. Тому застосування інновацій в маркетингу є правильною реорганізацією. Саме в цьому, полягає наше дослідження.*

*Ключові слова: інноваційний маркетинг, конкурентоспроможність, інновація, маркетингова діяльність, експорт товару.*

PIDDUBNA O.

"European University", Kyiv

## INNOVATIVE MARKETING MECHANISM OF THE PRODUCT COMPETITIVENESS INCREASE

*Innovative marketing is important for the enterprise as a mechanism for increasing the competitiveness of products and identifies such elements as: competitive advantage, lower cost of resources, customer satisfaction.*

*Practical experience shows that without a proper marketing system an enterprise can successfully work in the current conditions of competition in the market and it is simply impossible to implement strategic projects. Planning marketing projects will minimize risks, promote the competitiveness of the enterprise, will improve the financial situation.*

*In the process of research, the theoretical sense of innovation and innovative marketing, in conditions of high competitiveness, will allow the long-term period to be successful only for those enterprises that lead a properly built chain of innovative marketing strategy. The definition of scientists that is up to the term of innovative marketing is considered. The stages of development of innovative product are explored, the purpose of marketing of innovative products, marketing tools for the market of innovative marketing is considered: advertising, sales promotion, communication with the public, personal product. It is considered, what are the problems at the stage of output of the new product. Also, the definition of the term of competitiveness of scientists is considered. The strengths and weaknesses of the enterprise in the conditions of the crisis, the stages of the methodology of innovation concept of marketing at the enterprises are investigated.*

*Enterprises often abandon expensive and long-term projects that require large financial expenditures and updated equipment. In a crisis, marketers can show their work and their knowledge in practice in achieving the goal to bring the company to a leading position in the market. Therefore, the use of innovation in marketing is the right reorganization. That is our research.*

*Keywords: innovative marketing, competitiveness, innovation, marketing activities, export of goods.*

**Постановка проблеми:** Забезпечення конкурентоспроможною високотехнологічною продукцією на економічному етапі розвитку України є першочерговим її завданням на світовому ринку продукції. Завдання сучасного маркетингу, в тому числі інноваційного, складається із шляхів підвищення конкурентоспроможності шляхом дослідження, оцінки та оптимізації параметрів такої продукції.

Проблеми, які постають перед високотехнологічними підприємствами в умовах фінансової кризи, вказують на недостатню увагу до питань маркетингу, питанням підвищення конкурентоспроможності та розвитку конкурентних переваг, в тому числі науково-технологічному потенціалу, котрий можливо реалізувати при можливості розвитку маркетингового механізму, який дозволяє не лише створювати але й просувати інноваційну продукцію.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій:** Питаннями інноваційного маркетингу займалися такі вчені, як: Й. Шумпетер, Н.Д. Кондратьєв, П.Ф. Друкер, В. Мастенбрук, Р.Хізрич, С.Ю. Глаз'єв, Т.А. Васильєва, С.М. Ілляшенко, М.Ф. Зяйлик, О.А. Кузнецова, Ю.В. Яковець та інші, які досліджували теоретичні та практичні проблеми підвищення ефективності підприємства в інноваційній діяльності, але в наукових працях відсутній комплексний підхід формування стратегії на підприємствах в кризових умовах на основі інноваційного маркетингу.

Питаннями конкурентоспроможності продукції присвятили свої праці такі вчені, як: І. Ансофф, Дж. Лемпел, Г. Мінцберг, М. Портер та інші.

Проблемами впровадження сучасних маркетингових концепцій, а також концепцій інноваційного маркетингу займалися такі вчені, як: Едвард де Боно, Ф. Котлер, Н.К. Моїсєєв та інші.

В основному праці присвячені загальнотеоретичному характеру. Питання підвищення конкурентоспроможності технологічних підприємств та розвитку маркетингової діяльності недостатньо висвітлені в науковій літературі.

**Мета дослідження:** Мета даної статті полягає в дослідженні теоретичних та методичних основ

підвищення конкурентоспроможності високотехнологічної продукції на основі інноваційної концепції маркетингу на етапах створення та впровадження високотехнологічної продукції.

**Виклад основного матеріалу:** Диспропорційність світового економічного розвитку зумовлює загострення конкурентної боротьби на ринку. Тому постає питання підвищення конкурентоспроможності економіки країн світу на міжнародному рівні.

Посилення процесів глобалізації, підвищення конкуренції на міжнародних ринках, прагнення сприяти розвитку та вдосконаленню експорту. Багато вчених приділяли увагу вивченню проблеми конкурентоспроможності, але й досі не існує загального підходу щодо однозначного тлумачення даного терміну.

М. Портер відображає у своїх працях властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з конкуруючими суб'єктами [1]. Із теорії М. Портера виходить, що конкурують між собою не країни, а виробники. Країна може вважатись успішною на світовому ринку тільки тоді, коли вона має конкурентоспроможні галузі економіки, конкурентоспроможні підприємства, а також конкурентоспроможну продукцію. [2]

На основі досліджених літературних джерел сформована специфіка аналізу та підвищення конкурентоспроможності високотехнологічної продукції на основі інноваційного маркетингу, яка включає в себе наступні моменти:

- основним сегментом ринку високотехнологічної продукції є новатори, котрі відрізняються високою компетенцією та сліdkують за розвитком технологічних інновацій;
- розробка маркетингових інновацій для усіх ланок ланцюга від НДДКР до процесу виготовлення;
- життєвий цикл високотехнологічної продукції укорочений, особливо на стадії зрілості, що обумовлює скорочення роботи над інноваційним продуктом та впровадження маркетингових інновацій котрі забезпечать конкурентоспроможність продукту перед аналоговою розробкою;
- побудова високо аспектною класифікації інновацій в маркетингу інноваційної продукції;
- розробка економічної моделі, аналіз оптимізації конкурентоспроможності інноваційної продукції;
- побудова методики дослідження інноваційної продукції;
- розробка інформаційного забезпечення та його аналізу;
- техніко-економічне обґрунтування, підвищення конкурентоспроможності інноваційної продукції.

Переходячи до терміну інновація і що під ним розуміють. В сучасній літературі можна зустріти велику кількість тлумачень даного терміну, але все залежить від рівня аналізу (групи, підприємства, галузі, регіону, країни), тип інновація (товар, продукт, виріб, модель, процес, бізнес), наукова дисципліна (менеджмент, управління персоналом, маркетинг, інформаційні технології та значення).

Й. Шумпетер зробив значний внесок к розвиток терміну інновація. Впровадження та виготовлення інноваційної продукції приводить підприємство до отримання прибутку.

В табл.1 відображені окремі аспекти, які доповнюють тлумачення терміну інновація. Інновації характеризуються наступними ознаками:

- інновація характеризується невизначеністю отриманого результату. Тобто, неможливо сказати наперед, який можливо отримати результат, чи буде товар успішно реалізований чи ні;
- впровадження інновацій потребує вкладення інвестицій, як матеріальних так і нематеріальних;
- не завжди підприємство може отримати усі вигоди від успішної реалізації;
- розробка інновацій потребує висококваліфікованих співробітників та нових ідей і знань;
- успішна реалізація інноваційного продукту передбачає отримання економічного ефекту від реалізації товару та конкурентоспроможності підприємства.

Дослідивши значення терміну інновація можемо переходити до значення інновація в маркетингу. Детально розберемо етапи інноваційного маркетингу, інструменти, методи, принципи, слабкі та сильні сторони у кризових становищах.

Інноваційний маркетинг – це частка ризику, але якщо правильно все розрахувати, то можна очікувати високу віддачу. Маркетинг, завжди був і є витратною статтею в бюджеті підприємства, тому потрібно розрахувати не тільки матеріальні витрати але й ризики, які можуть виникнути. Інноваційний маркетинг може вивести підприємство на новий щабель розвитку, та нові ринки збуту і зайняти високі позиції серед інших підприємств аналогової продукції. Інноваційний менеджмент, також є невід'ємною частиною стратегічного плану підприємства. Існує декілька напрямків розвитку інноваційного маркетингу. Один із напрямків – це створення нового товару, або послуги якого чекають споживачі. В даному випадку потрібно провести аналіз, що потрібно споживачу і визначити, що може покращити його життя. Споживач не завжди може правильно сформулювати, що він бажає і що йому потрібно. Тому потрібно спочатку провести аналіз і зрозуміти, що хоче споживач і запропонувати йому новий продукт. Тільки після того, як споживач спробує новий продукт і дасть йому свою оцінку можна займатись серійним випуском продукції.

Інноваційний маркетинг – це пошук нових ідей, виходу на нові ринки збуту, який включає в себе стратегічні маркетингові дослідження, аналіз кон'юнктури ринку, формування попиту на ринку, вивчення поведінки покупця. Основним моментом стратегії маркетингу є дослідження та попит на новий товар. Тому стратегічний аналіз орієнтований на тісний зв'язок маркетингового відділу із споживачем.

Таблиця 1

## Тлумачення терміну інновація

Визначення	Джерело
«Інновації - введений у вжиток новий або значно покращений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажів або новий організаційний метод в діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках»	[ФЗ про науку..., 1996]
«Інновація - є продукт (нова конструкція, технологія, організаційний прийом і т.д.), втілений у товарі, який користується попитом на ринку в силу своєї новизни»	[Лебедіва, Ясин, 2009, с.17]
«Інновації - процес пропозиції ринку нових товарів і послуг»	[Hauser, Tellis, Griffin, 2006, p.687]
«Інновації - процес створення додаткових цінностей для споживача і для компанії шляхом зміни однієї або декількох характеристик бізнес-процесів компанії»	[Ребязина, Куц, Красніков, Смирнова, 2011, с.32]
«Інновації - це створення або адаптація, асиміляція і експлуатація нововведення має додану цінність в економічній і соціальній сферах; оновлення і розвиток товарів, послуг і ринків; розробка нових методів виробництва; впровадження нових систем управління. Це процес і результат»	[Crossan, Apaydin, 2010, p. 1115]
«Інновації - генерація, прийняття і використання нових ідей, процесів, товарів або послуг»	[Daft, 1978, p. 197]
«Інновації - створення нового знання і ідей, що генерують нові можливості для бізнесу за рахунок поліпшення бізнес-процесів і структур і створення затребуваних ринком товарів і послуг»	[Thompson, 1965, p. 2]
«Інновації - процес створення нового знання і його застосування для розробки життєздатних і мають комерційний сенс рішень»	[Plessis, 2007, p. 21]
«Інновації - багатоступінчастий процес дозволяє організаціям трансформувати ідеї в нові продукти, послуги або процеси необхідні їм для розвитку, забезпечення конкурентоспроможності та досягнення позитивної диференціації на ринку»	[Harkema, 2003, p. 341]
Інновації - нововведення в області техніки, технології, організації праці або управління, засновані на використанні досягнень науки і передового досвіду»	[Baregheh, Rowley, Sambrook, 2009, p. 1334]
«Інновації - результат інтелектуальної або науково-технічної діяльності, спрямований на вдосконалення суспільної практики шляхом задоволення не забезпечених поточному пропозицією потреб суспільства (у всіх його сферах) і призначений для безпосередньої реалізації в виробництві (у вигляді нових технологій, продукції або послуг»	[Вишневський, дементьев, 2009, с.42]
«Інновації - розробка і впровадження нових або вдосконалених продуктів і послуг, процесів, систем, організаційних структур або бізнес моделей з метою створення нової споживчої цінності, поліпшення фінансових результатів і підвищення продуктивності»	[Маркетинг інноваційний, 2014, с.18]

Оперативний інноваційний маркетинг – це заключний етап в системі маркетингу, де розробляються основні та заключні методи та форми реалізації інноваційного маркетингу. Також, оперативний маркетинг спрямований на досягнення прибутків і збільшення обсягів товару і репутацію підприємства.

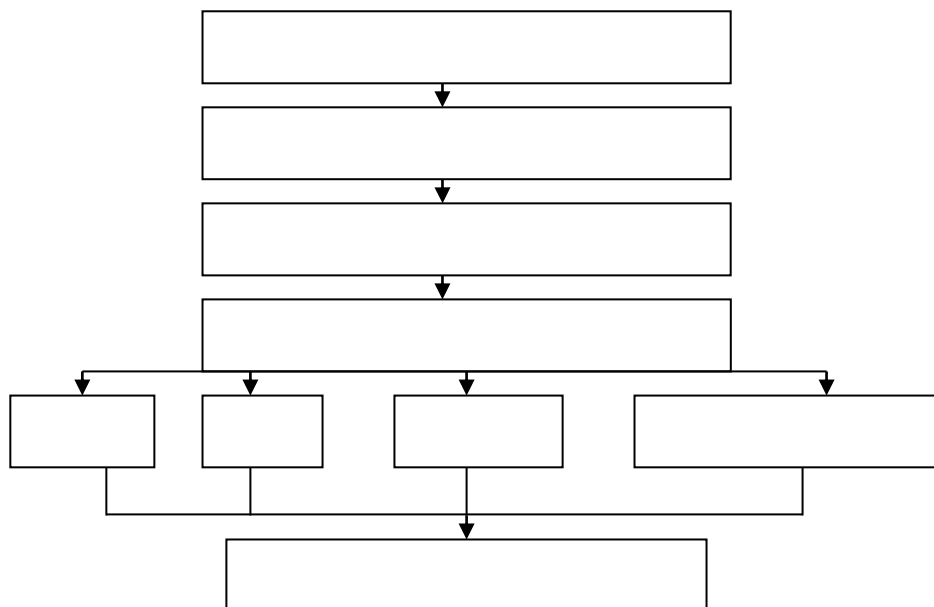


Рис. 1 – Етапи розробки інноваційного виробу [3]

Управління оперативним маркетингом вивчає:

- розроблений план стратегії маркетингових дій;
- підготовка загального бюджету підприємства;
- контроль маркетингової діяльності підприємства.

Сприйняття нового товару покупцем включає наступні етапи:

- споживач володіє інформацією про новий товар але недостатньо інформований;
- споживач має деяку інформацію про товар і шукає додаткову, більш розширену інформацію;
- зіставлення товару із аналогами на ринку;
- сприйняття споживачем інноваційного товару та можливість його придбання;
- прийняття рішення про придбання інноваційного товару.

Стратегія цінової політики в інноваційному маркетингу:

- висока ціна на інноваційний товар на початку його виходу на ринок, коли відбувається стабілізація продажу товару, то ціну на товар зменшують;
- встановлено низьку ціну на товар у випадку коли на ринку є аналогічний товар;
- висока ціна на товар тому що є співвідношення «якість-ціна», тобто цінова політика відповідає якості нового товару;
- ціна встановлена на товар відповідає встановлено рівню споживача.

Стратегія продажу товару має визначити співпрацю усіх ланок, які представлені на рис. 2.

Мета збуту інноваційної продукції полягає в тому щоб представити підприємство і товар споживачу.

На етапі виведення нового товару на ринок виникають наступні завдання:

- просування товару допомагає клієнтам сформувати уявлення про новий товар та підприємство;
- підприємство бере на себе відповідальність про достовірну інформацію про товар;
- враження клієнта про продукцію і підприємство позитивне або негативне.

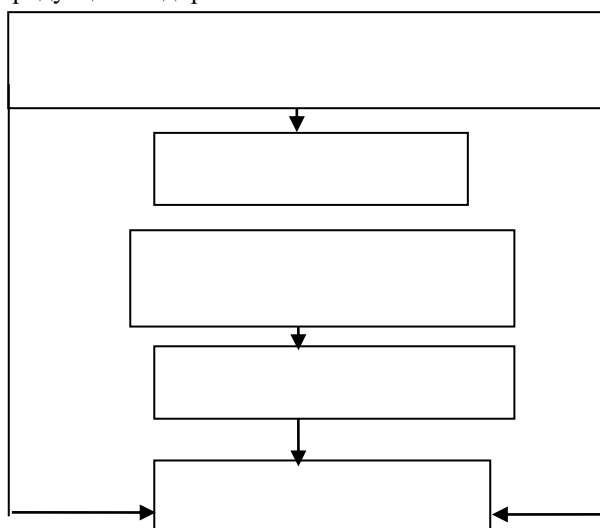


Рис. 2 Схема збуту товару [4]

Існують різні канали зв'язку із клієнтами:

- реклама;
- стимулювання збуту;
- зв'язок із громад кістю;
- персональний продаж.

Таблиця 2

#### Інструменти просування на ринок інноваційного маркетингу [7]

Реклама	Стимулювання збуту	Зв'язок із громад кістю	Персональний продаж
Інтернет, телебачення, преса, радіо, рекламні щити, довідники, презентації, доповіді на конференціях.	Знижки, премії, подарунки, кредитування за низьким відсотком, розважальні заходи.	Доповіді на конференціях, семінарах; звіти, пожертвування, публікації в різних виданнях.	Ярмарки, виставки; програми заохочення, комерційні зустрічі, комерційні пропозиції.

Із табл. 1. видно, що за допомогою конкретних маркетингових інструментів можливо просувати інноваційний товар на ринок і доносити його до споживача. За допомогою приведених інструментів підприємство підніме свій рейтинг на ринку, а також покращить фінансове станове і дасть можливість стабільності на підприємстві на деякий час поки товар користується попитом.

Також, бажано виділити показники, які відображають прямі і непрямі підходи фінансових показників. Ринкові та фінансові показники відображають те, що підприємства отримують в результаті своєї діяльності. Тому, можна прослідити ланцюг який пов'язує показники в загальну систему (рис 3).

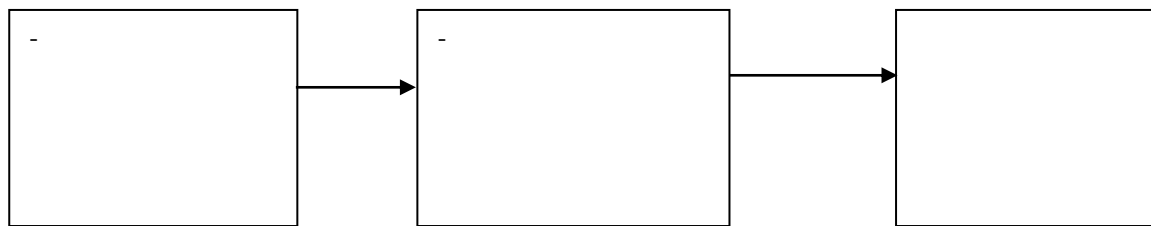


Рис. 3. Система побудови показників від роботи інноваційного маркетингу

В керуванні інноваційним маркетингом існують не тільки канали, інструменти але й основні засоби маркетингових комунікацій.

Основні засоби маркетингових комунікацій: 1) реклама; 2) особистий продаж; 3) просування продажу.

Коли підприємство займається виготовленням інноваційного продукту, то маркетингова діяльність має займати перше місце. Але на жаль на великих підприємствах це залишається поза увагою керівництва, тому що всю увагу приділяють виготовленню нового продукту. Розробляючи нові стратегічні плани просування підприємства керівники підприємств повинні пам'ятати, що цим питанням повинні займатись компетентні фахівці.

Враховуючи велику конкурентоспроможність на ринку та багато аналогів, підприємство та керівники повинні в першу чергу враховувати конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність – це володіння повними властивостями, котрі дають можливість розвитку інноваціям. Основою системи формування конкурентоспроможності виступає конкурентоспроможний товар. Саме через товар відбувається контакт підприємств один з одним, а також споживачем ринку.

Конкурентоспроможність товару відображає здатність відповідати потребам покупців, а також аналогічному товару, котрий представлений на ринку. При цьому визначаються перевагам конкурентного товару: якість, технічний рівень, цінова політика. [6]

Таблиця 3

#### Визначення терміну конкурентоспроможності науковцями

Науковці	Визначення ознаки
К. Айнігер, Дж. Маркесен, І. Хейнг, Д. Долар	Прибутковість
Фагерберг, Р. Ландау, Б. Хікман	Рівень життя населення
Фасхутдінов Р.А., Куликов Г., І Хейг	Відповідність товару до вимог конкурентоспроможності на ринку
Д.Долар, Е. Вольф	Витрати на товар
П. Баклей, В. Стівенсон, Т Клементі	Ринкові відносини та задоволення споживача.

Науковці розглядають конкурентоспроможність як:

- підприємство може виробляти продукцію, котра конкурентоспроможна на ринку і в неї є переваги перед аналогами;

- цінова політика менша ніж у аналогічної продукції.

Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю технічних, економічних умов, якість продукції, виробництво та збут товару, а також своєчасно реагувати на нові економічні зміни, підвищити досягнутий рівень ефективності виробництва та управління.

Потрібно звернути увагу також на конкурентоспроможність регіону в працях науковців. Цей термін трактується по-різному. З одної сторони, як частина конкурентної країни, а з другої сторони, як об'єднання держав в яких поставлена мета досягнення конкретної цілі на міжнародному ринку.

В науковій літературі існує визначення терміну конкурентоспроможності країни, яку можна визначити як:

- можливість керування на ринку для економічного зростання та зайнятості;

- виготовлення товару, який забезпечить ринок та підніме доходи громадян;

- формування та досягнення стабільності на ринку.

Деякі науковці пояснюють конкурентоспроможність в такий спосіб: конкурентоспроможна країна, яка є успішною у міжнародній торгівлі завдяки високотехнологічним розробкам та якості, а також підтримує високу заробітну плату та високі прибутки населення. Так, країна може конкурувати на міжнародному ринку, мати високу заробітну плату і високу рентабельність виробництва. Науковці виділяють ряд факторів, які пов'язує між собою конкурентоспроможність: підприємство, товар, галузь, регіон, економіка, країна. Але, потрібно виділити ще такий фактор, як конкурентоспроможність експорту. Під терміном експорт розуміється вивезення товару, праця робітника, послуги, інтелектуальна діяльність. Експорт - це вихід підприємства на міжнародний ринок, форма зовнішньої діяльності підприємства.



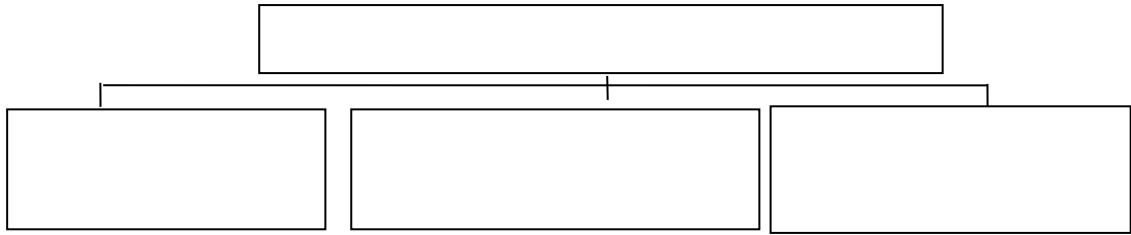


Рис. 4. Трагування терміну експорт [8]

Конкурентоспроможність експорту відрізняється від звичайного експорту чотирма критеріями: [5]

- збільшення обсягу експорту на міжнародному ринку;
- високий рівень експортних операцій;
- якість товару який відправляється на експорт, що свідчить про конкурентоспроможність;
- інноваційність товару, який забезпечує життєвий цикл продукції;
- добросовісна конкуренція.

На ринку для високотехнологічних підприємств в умовах кризи збільшується ризик загрози, що видно на рис.5 у відсотковому співвідношенні.

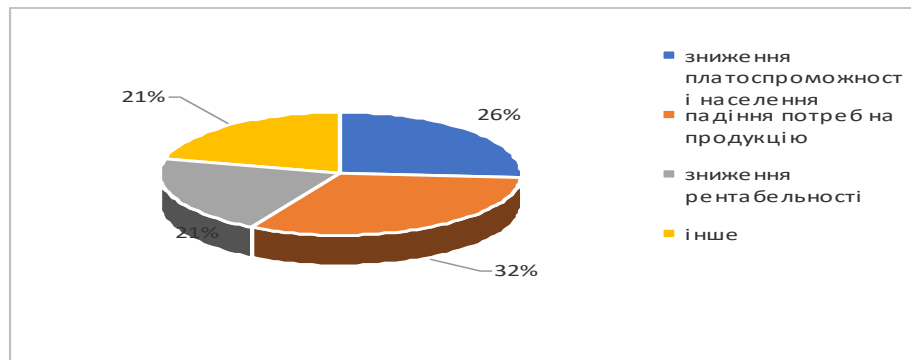


Рис. 5. Категорії загрози у відсотковому співвідношенні для високотехнологічних підприємств в кризовому становищі. [9]

Із даних приведених на рис. 4 можна зробити висновок про необхідність комплексного інноваційного підходу до високотехнологічних підприємств та їх реструктуризацію на основі маркетингових концепцій.

На кожному підприємстві є сильні та слабкі сторони і особливо вони помітні в кризових ситуаціях. Розглянемо сильні і слабкі сторони на рис. 6 у відсотковому співвідношенні.

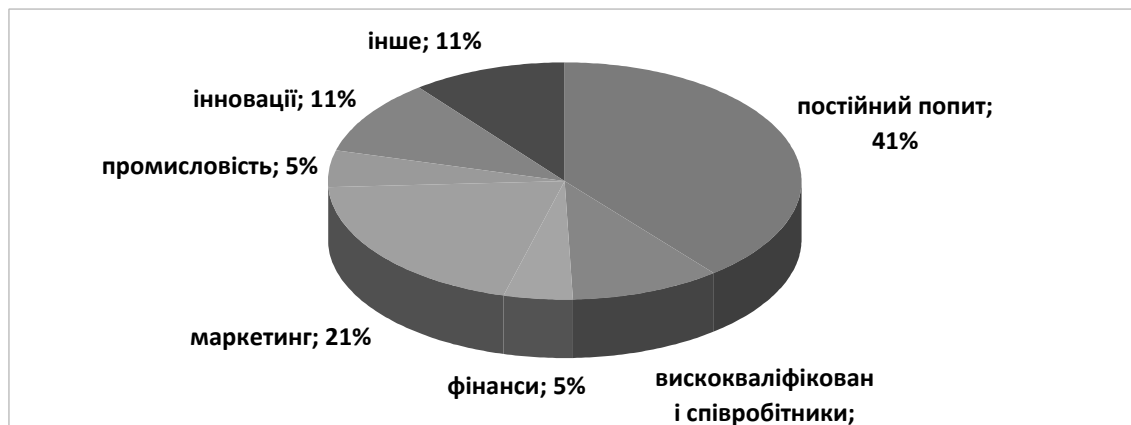


Рис.6 Сильні та слабкі сторони підприємств в умовах кризи у відсотках. [9]

Із рис.6. видно, що найбільший відсоток це постійний попит. Так коли підприємство знаходиться у кризовому періоді, то тільки на постійних споживачах можливо підтримувати життєдіяльність, але в цей час потрібно шукати нові ринки збуту, нових споживачів і паралельно покращувати продукцію, яка була б краща за аналоги, також в даний період не потрібно забувати про висококваліфікований кадровий потенціал від якого залежить не тільки подальша робота але й нові інноваційні розробки, нові ринки збуту, нові розроблені стратегічні маркетингові плани. Кадровий потенціал повинен бути ретельно підібраний, так як від кожного співробітника залежить подальший розвиток підприємства.

Не можливо допускати помилок і при виробництві товару, а особливо якщо це новий інноваційний виріб, товар від якого залежить як він буде користуватися попитом у споживача і на ринку.

В інноваційному маркетингу існують загальносистемні та спеціальні принципи.

Таблиця 4.

#### Принципи інноваційного маркетингу

Загальносистемні принципи	Спеціальні принципи
адекватність; комерціалізація; рентабельність; забезпечення конкурентоспроможності; права та закони; інноваційність	принципи синергії в кошторисах інноваційного маркетингу; принципи холи стичного підходу при проектуванні; цілісність та системність; принципи детермінізму; принципи збалансованості інтересів суб'єктів ринку вико технологічного підприємства

Існує методика, яка побудована відповідно з логікою концепції до конкурентоспроможних високотехнологічних підприємств та включає в себе п'ять елементів:

- будується цільова модель дослідження конкурентоспроможного підприємства на основі інноваційного маркетингу;

- збір та обробка інформації;

- оцінка стану конкурентоспроможності високотехнологічного підприємства;

- оптимізація інтегрального показника конкурентоспроможності для конкретного виробу;

- розрахунок досягнутого позначення інтегрального показника.

На рис.7 представлені етапи методики інноваційної маркетингової концепції на підприємстві.

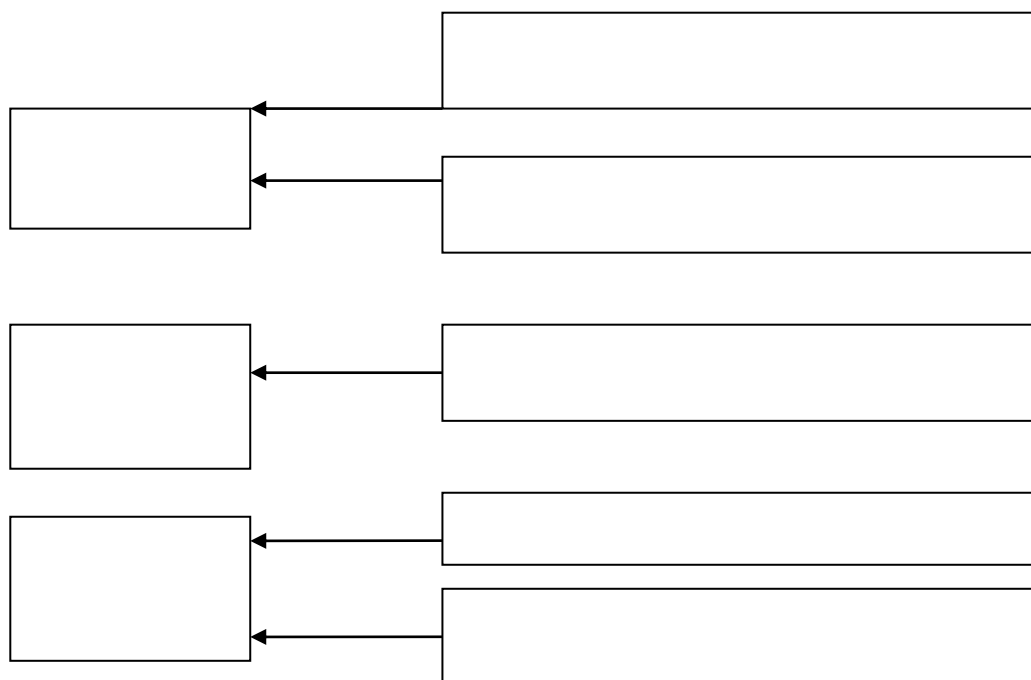


Рис. 7. Етапи методики інноваційної концепції маркетингу на підприємствах [4]

Дослідивши етапи інноваційного маркетингу на підприємствах можна сказати, що існує 5 етапів завдяки, яким підприємство та керівництво має змогу розробити плати, подальшу стратегію розвитку підприємства, просування продукту, конкурентоспроможності підприємства. На перших етапах потрібно зібрати інформацію потім знайти критичні параметри і на завершення покращити критичні параметри..

**Висновки:** Дослідивши термін інновація, термін інноваційний маркетинг, конкурентоспроможність можна зробити висновок, що існують головні напрямки розвитку інновацій:

- створення попиту на інноваційний продукт;

- вирішення кадрового потенціалу, організаційно-правові питання, та інвестиції;

- розширення використання на підприємствах інноваційного маркетингу.

Правильне використання інноваційних рішень та використання заходів інноваційного маркетингу дозволить на підприємствах створити нові робочі місця, підвищити життєвий рівень людей, підвищити економічне становище підприємства, а також економічний стан країни. Також використання інноваційного маркетингу допоможе сприяти розвитку всесвітньо відомих торгових марок.

**Література**

1. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест; пер с англ. под ред. А.Ярмоленко. – Издательство: "Манн, Иванов и Фербер", 2011. – 700 с.
2. Васильева Т.А. Концептуальні основи формування системи управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства на засадах маркетингу / Т.А. Васильева, С.В. Леонов, Я.М. Кривич // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 160–171.
3. Генри Форд. Моя жизнь. Мои достижения / Г. Форд; пер с англ. под ред. Е. Качелин. — Астрель, 2012. — 349 с.
4. Голубков Е.П. Инновационный маркетинг как инструмент перевода экономики России на новый путь развития / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 1. – С. 5–15.
5. Зяйлик М.Ф. Особливості інноваційного маркетингу в Україні / Зяйлик М.Ф., Вівчар О.І. // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2011. – №5/2. – С. 185-190.
6. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД — Університетська книга, 2010. – 334 с.
7. Измайлова А. Инновационный маркетинг [Електронний ресурс] / А.Измайлова – Режим доступу: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1458>
8. Чан Ким У. Стратегия голубого океана; пер с англ. / Чан Ким У, Р. Моборн. – М.: Издательство: "Манн, Иванов и Фербер", 2012. – 304 с.
9. Комаріст О.І. Визначення сутності інновацій [Електронний ресурс] / О.І. Комаріст. – Режим доступу: [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_125/22.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/22.pdf)

**References**

1. Best R. Marketynh ot potrebytelia / R. Best; per s anhl. pod red. A.Iarmolenko. – Yzdatelstvo: "Mann, Yvanov y Ferber", 2011. – 700 s.
2. Vasylieva T.A. Kontseptualni osnovy formuvannia systemy upravlinnia potentsialom innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva na zasadakh marketynhu / T.A. Vasylieva, S.V. Leonov, Ya.M. Kryvych // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2011. – № 4. – С. 160–171.
3. Henry Ford. Moia zhyzn. Moy dostyzhennia / H. Ford; per s anhl. pod red. E. Kachelyn. — Astrel, 2012. — 349 s.
4. Holubkov E.P. Ynnovatsyonnyi marketynh kak ynstrument perevoda ekonomyky Rossyyu na novyy put razvytyia / E.P. Holubkov // Marketynh v Rossyyu y za rubezhom. – 2013. – № 1. – S. 5–15.
5. Ziailyk M.F. Osoblyvosti innovatsiinoho marketynhu v Ukraini / Ziailyk M.F., Vivchar O.I. // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriiia «Ekonomika». – 2011. – №5/2. – S. 185-190.
6. Illiashenko S.M. Innovatsiinyi menedzhment: pidruchnyk / S.M. Illiashenko. – Sumy: VTD — Universytetska knyha, 2010. – 334 s.
7. Yzmailova A. Ynnovatsyonnyi marketynh [Elektronnyi resurs] / A.Yzmailova – Rezhym dostupu: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1458>
8. Chan Kym U. Stratehyia holuboho okeana; per s anhl. / Chan Kym U, R. Moborn. – M.: Yzdatelstvo: "Mann, Yvanov y Ferber", 2012. – 304 s.
9. Komarist O.I. Vyznachennia sutnosti innovatsii [Elektronnyi resurs] / O.I. Komarist. – Rezhym dostupu: [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_125/22.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/22.pdf)

Рецензія/Peer review : 18.11.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-108-117

РУСАК Д. М.

Інституту міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

## НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*На сучасному етапі розвитку світової економіки ключове значення набувають тенденції формування глобальних корпоративних мереж. Пошук економічно обґрунтованих відповідей на сучасні виклики, в нестабільному сучасному геоekonomічному просторі, вимагає досліджень на стику наукових дисциплін та напрямів і визначає актуальність дослідження даної проблематики. Потребує окремого дослідження процес формування та розвитку мережеских економічних систем у формі глобальних економічних систем під впливом 4-ї індустріальної революції та визначення місця і ролі глобальних корпоративних мереж в геоekonomічних трансформаціях. Виявлення закономірностей формування і розвитку мережеских економічних систем у формі глобальних корпоративних мереж у структурі світового господарства в умовах геоekonomічних трансформацій.*

*Ключові слова:* глобальні корпоративні мережі, мережескі економічні системи, геоekonomічний простір, геоekonomічна експансія, макрорегіональна інтеграція, поліцентричні конфігурації, глокалізаційні процеси.

RUSAK D.

Institute of International Relations  
Kiev National University the name of Taras Shevchenko.

## SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL FACTORS OF DEVELOPMENT OF NETWORK ECONOMIC SYSTEMS

*It is an important trend the formation of a multipolar world in the context of globalization at the present stage of development of the global corporate networks. . The research economically justified response to the current challenges requires scientific investigations at the interface of disciplines and areas in the contemporary instable geoeconomic space and determine the relevance of the study of this problem. The scientific problem requires research features of economic development of the network economic systems in the form of global economic systems under the influence of the 4th industrial revolution and the determination of the place and role of global corporate networks in geoeconomic transformations. The above has determined goals and objectives of this article consisting in the research of the formation's patterns and development of network economic systems in the form of global corporate networks in the structure of the world economy in the conditions of geoeconomic transformations.*

*Keywords:* global corporate networks, network economic systems, geo-economic space, geo-economic expansion, macro-regional integration, polycentric configurations, and globalization processes.

**Постановка проблеми.** Фундаментальною ознакою сучасного поступу світового господарства і міжнародних економічних відносин є перехід до нової фази свого розвитку, що характеризується зміною технологічного укладу від індустріального до постіндустріального виробництва з інноваційною складовою (Індустрія 4.0), де основу становлять галузі з наукоємними технологіями. Ключовим фактором конкурентноспроможності національної економіки вже сьогодні стає здатність безперервно продукувати нові знання, що є основою для впровадження технологічних та організаційних інновацій, а також успішна інтеграція національних корпорацій та їхніх міжфрагментних складових в глобальні корпоративні мережі (ГКМ).

На сучасному етапі головною рушійною силою поглиблення глобалізаційних економічних процесів є мережескі економічні системи. Саме в системі сучасних багатонаціональних та міжнародних корпорацій використовуються нові мережескі форми структурної інтеграції, які об'єднують економічні суб'єкти в ланцюги створення доданої вартості (глобальні мережескі ланцюги) та інноваційні центри знань. Такі мережі орієнтовані на завдання підвищення конкурентноспроможності та інноваційності всіх учасників мережі за рахунок ефективного управління позитивними зовнішніми та синергійними ефектами, формування соціального капіталу всередині структур та створення нових інноваційних знань, підвищення ефективного попиту, і є складовою корпоративного простору вищого порядку з безліччю міжфрагментних складових та зав'язків. Тому проблематика, яка підіймається у статті, в контексті перспективи розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин – проаналізувати основні фактори впливу Індустрії 4.0 на формування мережеских економічних систем. Також, недостатньо висвітлена в сучасних наукових роботах проблематика зміни характеру конкуренції з переходом до інтерактивних інновацій, створюваним одночасно представниками різних інституційних секторів, що також зумовлює описану інверсивність. Сучасні компанії конкурують вже не за обсяги випуску, а за швидкість у створенні інновацій, за зростаючу різноманітність вироблених благ, що зумовлено новими економічними складовими Індустрії 4.0.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Історію розвитку світової економіки можна представити як серію технологічних революцій, в результаті яких одні технології виробництва змінювалися іншими, а разом з ними і лідируючі галузі, склад технологічних лідерів, які задавали траєкторію розвитку на наступні

десятиліття. Існує цілий ряд теорій і концепцій, покликаних пояснити нерівномірність і закономірності техніко-економічного розвитку: інноваційна теорія розвитку І. Шумпетера, теорія довгих хвиль Н.Д. Кондратьєва, концепція інфратраєкторій М. Хіроока, теорія техніко-економічних парадигм (ТЕП) К. Перес. У роботі М. Хірооки «Інноваційний динамізм і економічне зростання» запропонована ідея синтезу уявлень про характер впливу різних чинників на економічний розвиток [5].

За допомогою поняття техніко-економічної парадигми К. Перес виділяє принципи, що визначають такі великі етапи економічного розвитку, які супроводжуються технологічними революціями. Він пропонує розглядати історію економічного розвитку як зміну пануючих технологічних укладів. Під технологічним укладом розуміється цілісний комплекс технологічно пов'язаних виробництв, в динаміці функціонування являє собою відтворювальний контур. У своїй концепції технологічних укладів (ТУ) економіст дає комплексну інституційну характеристику ТУ, що дозволяє простежити взаємозв'язок зміни лідируючих технологій і основних економічних інститутів. Таким чином, кожен «технологічний уклад це сукупність базисних і удосконалених технологій, а також організаційних інновацій, які впроваджуються на основі домінуючої «техніко-економічної парадигми» (ТЕП) [1].

Після впровадження сукупності базисних і удосконалених технологій починається фаза швидкого поширення нового ТУ, який стає основою економічного зростання і займає домінуюче становище в структурі економіки. У фазі зростання нового укладу більшість попередніх технологічних ланцюгів перебудовуються відповідно до його потреб. В цей же час зароджується наступний, новітній для даного періоду ТУ, який перебуває в ембріональній фазі до досягнення домінуючим ТУ меж зростання, після чого починається чергова технологічна революція. У міру розвитку чергового технологічного укладу створюється новий вид економічної взаємодії, котрий переборює обмеження попереднього, в нашому випадку – це віртуалізований простір. На цій основі формуються нові лідируючі галузі, змінюються умови функціонування економіки, що в свою чергу породжує нові організаційні форми.

**Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.** Згідно з уявленнями Д. Норта, розкриття потенціалу нової виробничої технології обумовлено дією інституційних чинників, в тому числі дією системи формальних правил, зміна яких може здійснюватися цілеспрямовано. Відзначимо, що для теорій технологічної трансформації більш характерним є акцентування уваги на ролі неформальних інститутів, втілених в моделях кращої практики. Насправді масштаби дифузії нової технології можуть бути істотно обмежені цілеспрямованим лобюванням, здійснюваним бенефіціарами збереження домінуючого положення застарілих технологій. Оскільки дія інститутів пов'язана з наявністю не тільки координаційних, але і перерозподільних ефектів, окремі групи спеціальних інтересів можуть мати за мету блокування інституційних змін, що сприяють розкриттю потенціалу нової технології.

В цілому вплив сформованої системи інститутів на динаміку технологічного прогресу може бути охарактеризований відповідно до схеми 1, представленої на рис. 2.7.

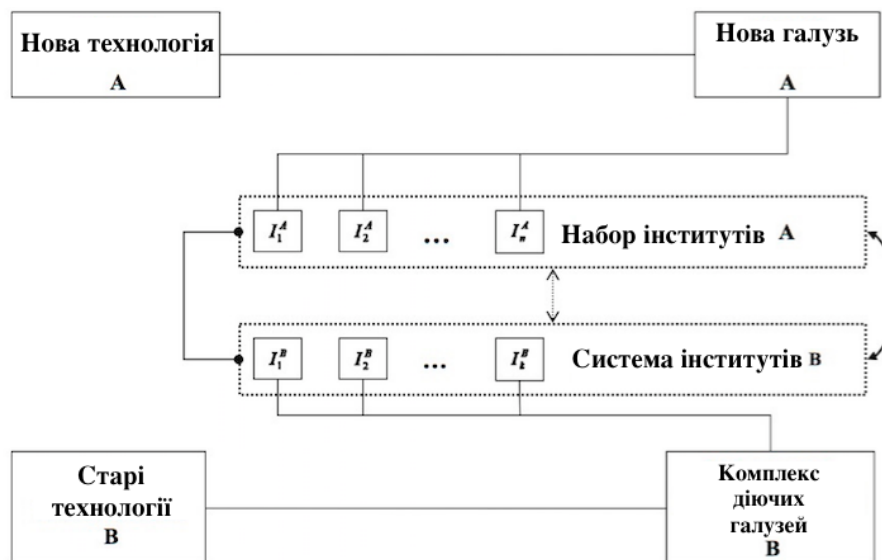


Рис 1. Вплив інституційної системи на застосування нових технологій

Джерело: Розроблено автором

<sup>1</sup> Ми виходимо із припущення, що до моменту появи нової технології (А) базові суспільні інститути - як формальні, так і неформальні - влаштовані таким чином, щоб забезпечувати реалізацію виробничого потенціалу комплексу традиційних для даного суспільства технологій (В) і відповідних галузей. При цьому в рамках комплексу традиційних галузей, очевидно, існують галузі-лідери. З ненульовою вірогідністю інституційна система суспільства (набір інститутів В) буде організована в напрямку забезпечення максимальної виробничої ефективності даних галузей.

Життєвий цикл технологічного укладу розширює концепція технологічної та інституційної трансформації Д. Норта. Суттєвою особливістю теорії технологічних революцій і техніко-економічних парадигм є концентрація на закономірності становлення і розвитку цілих кластерів технологій, відтворювальних контурів. Концепція Д. Норта передбачає дослідження процесів становлення, розвитку або відмирання окремих технологій. Методологічна база для досліджень такого роду включає в себе схему взаємозалежної технологічної та інституційної трансформації:

- 1) зміна в рівні знань веде до появи нових технологій;
- 2) нові технології змінюють відносні рівні цін на ресурси;
- 3) нові рівні цін створюють стимули у власників потенційно зростаючих у вартості ресурсів до трансформації прав власності на них;
- 4) нові рівні цін ведуть також до появи правил, що дозволяють максимізувати цінність використання таких прав;
- 5) разом з тим ненульові трансакційні витрати на політичному ринку перешкоджають тому, щоб реалізувалися всі корисні для створення вартості потенційно можливі інституційні зміни.

Між ТУ описаними в науковій літературі та індустріальними революціями простежується логічний взаємозв'язок. Проте, взаємозв'язок формування мережових економічних систем під впливом Індустрії 4.0 потребує доопрацювання в рамках вищеприписаної загальної проблематики.

**Формулювання цілей статті.** В рамках описаної проблематики дослідження процесу впливу 4-ї індустріальної революції на розвиток світового господарства є складовою загальної наукової проблеми формування сучасних економічних систем. На тлі превалювання мережових форм глобальної корпоративної інтеграції в контексті подальшої глобалізації світового господарства в світі посилюється тенденція регіоналізації та кластеризації в самих глобальних корпоративних мережах, що ще 20 років тому отримало науковий термін «глокалізації». Тобто, етап глобальної експансії БНП переходить в етап якісного наповнення структур, що формують мережі економічних системи. Якісне наповнення мережових структур БНП зумовлює інверсивність, яка вимагає прогнозування розвитку необхідних для вирішення критеріїв і тим самим розуміння проблематики БНП при інтернаціоналізації НДДКР.

**Основні результати.** Головна особливість нинішнього, пов'язаного з переходом до шостого технологічного укладу, етапу розвитку цивілізації полягає в тому, що «промисловий інтернет» дозволяє легко перенастроювати, перепрограмувати функціонування взаємопов'язаних підприємств (див. рис. 2).

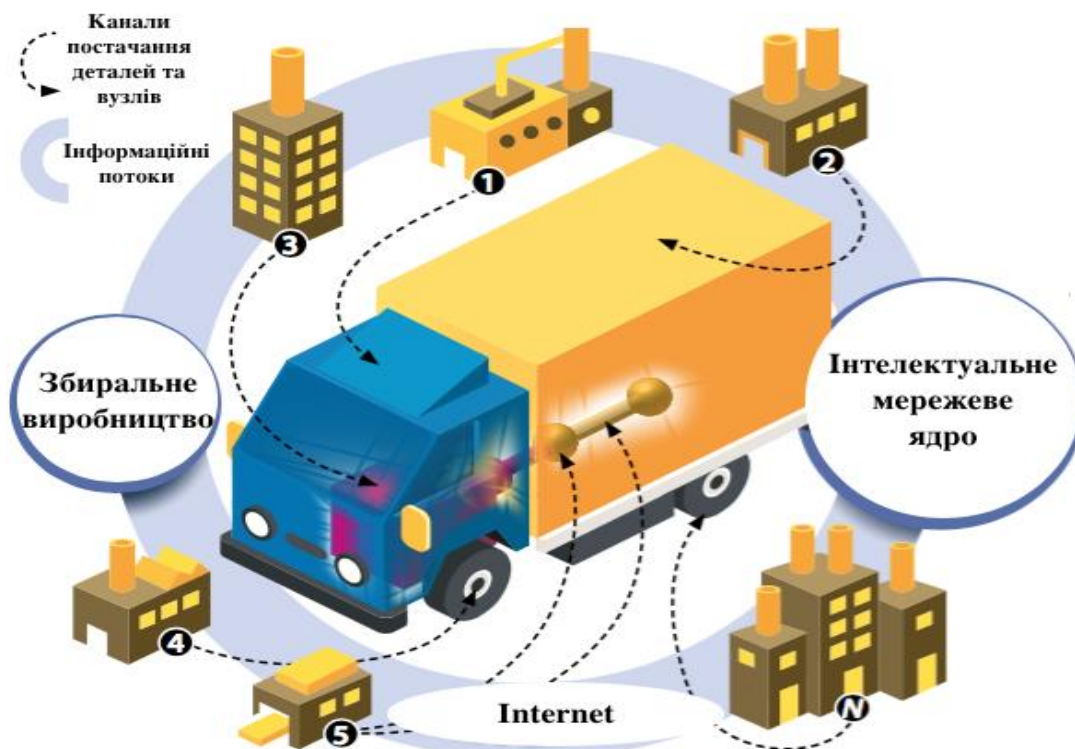


Рис. 2. Загальний принцип функціонування інтелектуальних виробничих систем  
Джерело: Розроблено автором

У підсумку вся сукупність таких виробництв, в тому числі таких, що базуються в різних регіонах, країнах і навіть на інших континентах, може легко перемикатися на випуск нової, інноваційної продукції. Більш того, інтелектуальне ядро такої гнучкої виробничої системи має принципову можливість в режимі

реального часу контролювати всі етапи життєвого циклу продукції, що випускається, починаючи з «допологової» фази інноваційного проектування відповідно до запитів конкретних споживачів і закінчуючи її організованим збутом і експлуатацією аж до моменту поворотної утилізації.

Очевидно, що «промисловий інтернет» і інтелектуалізація виробництва, дозволяючи координувати діяльність і споживання в глобальному просторі і в часі, вже сьогодні формують зміни в світовому господарстві. Четверта індустріальна революція (Індустрія 4.0) - це глобальний інноваційний проект який завершує індустріальний етап еволюції цивілізації і її входження в фазу формування інтелектуальної (неіндустріальної або надіндустріальної) економіки (див. табл. 1)

Таблиця 1.

## Етапи становлення Індустрії 4.0

Етапи техніко-технологічного прогресу		Тип економіки	Основний ланцюг економіки	Переважаючий тип власності	Масштаб господарського планування	Політико-економічна система
Класифікація ЄАЕС	Класифікація ЄС та США					
Перший технологічний устрій (до середини XVIII ст.)	Аграрно-доіндустріальний період	Доіндустріальна	Домашнє господарство, підприсмець	Дрібно-дисперсна (атомарна)	У рамках домашнього господарства	Конкурентно-ринковий капіталізм
Другий технологічний устрій (друга половина XVIII ст. - перша половина XIX ст.)	Перша промислова революція		Підприємство, фірма	Дезінтегрована	У межах підприємства, фірми	
Третій технологічний устрій (кінець XIX ст. - перша чверть XX ст.)	Друга промислова революція		Індустріальна	Галузева монополія	Горизонтально інтегрована	У рамках галузі
Четвертий технологічний устрій (1930 – 1980 р.р.)	Третя промислова революція	Міжгалузева корпорація		Вертикально інтегрована	В масштабах регіональної та національної економіки	
П'ятий технологічний устрій (1980 – 2000 р.р.)		Неоіндустріальна (інтелектуальна)	Транснаціональна корпорація			
Шостий технологічний устрій (початок XXI ст.)	Четверта промислова революція	Неоіндустріальна (інтелектуальна)	Міжнаціональна (глобальна) корпорація	Системно (глобально) інтегрована	В масштабах світової економіки	Державно-корпоративний капіталізм

Джерело: Розроблено автором

Зокрема, саме поняття «Індустрія 4.0» було запроваджене німецьким федеральним урядом як стратегічний план розвитку національної промисловості, який базується на факторі мережовості та сформує єдиний інформаційний простір промислового виробництва та інформаційних систем задля взаємодії між собою без участі людини.

З того моменту концепція «Індустрія 4.0» стала отримувати все більшого поширення. Знаковою і гучною згадкою цієї концепції став Всесвітній економічний форум в Давосі у 2016 році [14]. Засновник і голова форуму Клаус Мартін Шваб назвав сучасні зміни в економіці четвертою промисловою революцією (Індустрією 4.0) і охарактеризував її місце в економічній історії наступним чином: «Перша промислова революція почалася в другій половині XVIII століття, коли з'явилася можливість за допомогою води і пара перейти від ручної праці до машинного. Друга характеризувалася розвитком масового конвеєрного виробництва, пов'язаного з освоєнням електрики. Ми живемо в епоху поки ще третьої промислової (або цифрової) революції, що почалася в другій половині минулого століття зі створення цифрових комп'ютерів і подальшої еволюції інформаційних технологій. Сьогодні вона поступово трансформується в четверту промислову революцію, яка характеризується злиттям технологій і розмиванням кордонів між фізичними, цифровими і біологічними світами». Індустрія 4.0 передбачає значне зростання інвестицій в основні засоби та нематеріальні активи, в прискореній інтеграції у виробничі процеси кіберфізичних систем [15].

Ствердження Клауса Шваба відразу знайшли підтвердження в економічних дослідженнях щодо динаміки інвестицій в Індустрію 4.0 від часів запровадження концепції німецьким урядом, в якій ще у 2011 році визначилась пріоритетність технологічного розвитку країни, до сьогодні (див. рис. 3,4)

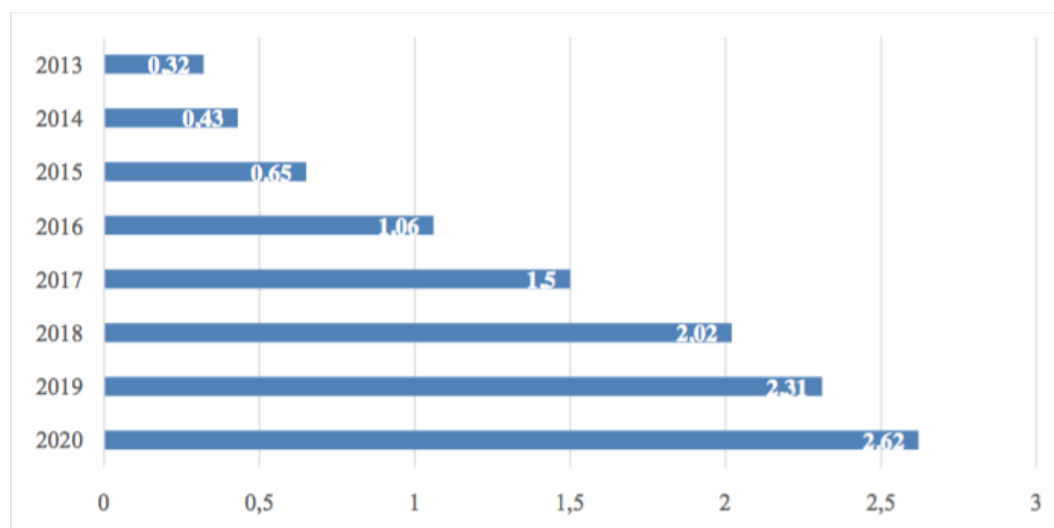


Рис. 3. Сукупні інвестиції Німеччини в Індустрію 4.0 (млрд. євро).

Джерело: Dealogic, Capital IQ и William Blair (2015)

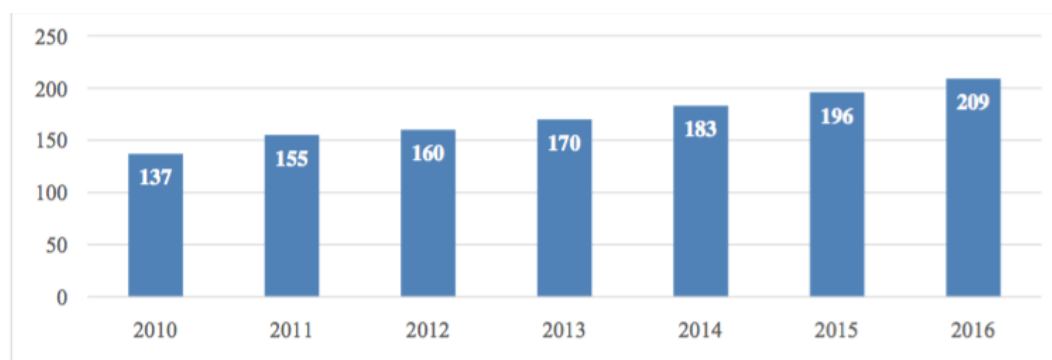


Рис. 4. Світова динаміка кібернетичної автоматизації виробничих процесів (млрд. дол. США у 2015 році)

Джерело: Statista.com

Продовжуючи думку Клауса Шваба ми можемо доповнити його визначення Індустрії 4.0 зазначивши, що кіберфізична складова виробничих процесів є однією з основ мережевих економічних систем та оновлює організаційний код сучасних БНП, завдяки чому жорсткі вертикальні структури витісняються гнучкими мережевими [15].

Під мережевою економічною системою розуміється форма міжфірмової кооперації незалежних економічних агентів, розташованих вниз і вгору по ланцюжку створення доданої вартості. Якщо ми говоримо про структури корпоративних мереж, то в даному випадку мова йде про форму взаємодії фрагментованих структур корпорації (які є незалежними у виборі своєї поведінкової стратегії у власних координатах) але складають одну цілу організаційну модель у випуску певного продукту! Чому саме певного продукту, адже одна й та ж фрагментована структура (міжфірмові мережі) може виступати самостійним гравцем на ринку з виробництва своєї власної певної продукції і бути складовою корпоративної мережі у випуску глобального продукту (див. табл. 2).

Таблиця 2.

## Еволюційна типологія мережевих форм інтеграції за критерієм основи довіри

	Приклади досліджень	Приклади організацій	Основні поняття	Основа довіри
Регіональні	Sabel 1989; A. Scott 1990; Herrigel 1990; Saxenian 1994	Виробництво у «третій» Італії, високі технології у силіконовій долині	Гнучка спеціалізація	Місцезаповнення, спорідненість, норми реципрокності
Науково-дослідна робота [R&D]	Hagedoorn and Schakenraad 1990 a, b; Powell 1993	Співпраця у галузі фундаментальних досліджень	Інновація, навчання	Єдине технологічне співтовариство
Бізнес-групи	Dore 1987; Gerlach 1992; Granovetter 1994	Японські кейретсу, корейські чеболі	Доброзичлива влада	Загальна ідентичність бізнес-груп
Стратегічні альянси та спільне виробництво	Sydow 1991; Kanter and Myers 1991; Sabel et al. 1991	Спільні підприємства, субконтрактні відношення	Ідентичність, що змінюється в ході повторюваної взаємодії	Розрахована, загальна взаємозалежність

Джерело: [1]



Істотна відмінність мережевих економічних систем від попередніх їх типів полягає в наступному. На протипагу централізації, вони передбачають не зосередження в рамках однієї фірми всіх активів, необхідних для створення продукту, а використання колективних активів декількох фірм, розташованих на різних ділянках вартісного ланцюжка. Мережі в управлінні потоками ресурсів покладаються більше на ринкові механізми, ніж на адміністративні процеси. Учасники мереж визнають взаємозалежність і прагнуть обмінюватися інформацією, кооперуватися і кастомізувати продукти. На відміну від традиційних мереж субпідрядників в будівельному бізнесі, від учасників нових мереж очікується проактивна поведінка, що покращує кінцевий продукт або послуги, а не просте виконання контрактних зобов'язань. Це є основою інноваційної економіки мереж і дозволяє виявити відмінності мережевої організації від простої моделі аутсорсингу [3] (див рис. 5).

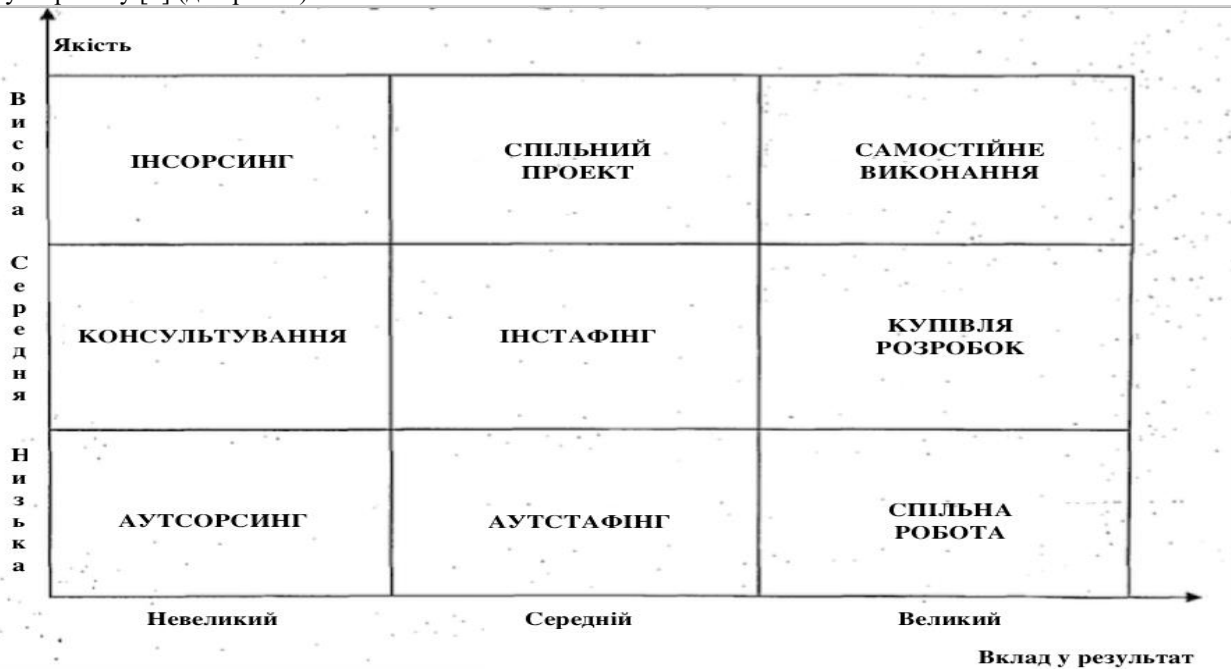


Рис. 5. Взаємодія в рамках мережевої структури

Джерело: Розроблено автором

Властивості, які дозволили мережам закріпитися в якості організаційної форми інформаційної економіки, полягають у наступному:

- 1) здатність генерувати знання та ефективно обробляти інформацію;
- 2) здатність адаптуватися до мінливої геометрії глобальної економіки або гнучкість, яка дозволяє міняти свої джерела створення ланцюгів вартості так само швидко, як під впливом швидких культурних, технологічних та інституційних змін змінюються цілі;
- 3) інноваційність.

Філіп Айдалот (Philipp Auydalot) назвав мережеві економічні системи «інноваційним середовищем» (millieux of innovation). Під інноваційним середовищем розуміється «... специфічна сукупність відносин виробництва і менеджменту, заснована на соціальній організації, яка в цілому розділяє культуру праці та інструментальні цілі, спрямовані на генерування нового знання, нових процесів і нових продуктів» [7]. Просторова близькість у таких середовищах стає матеріальним умовою їх існування через специфіку природи взаємодій в інноваційному процесі. Особливість інноваційного середовища полягає в її здатності породжувати синергетичний ефект, що робить її головним джерелом виникнення інновацій і створення доданої вартості в процесі промислового виробництва в епоху інформаційного капіталізму.

Результатом такої міжорганізаційної співпраці, яка забезпечує обмін інформацією і ефект взаємодоповнення компетенцій, стають мережеві інновації. По суті, мережеві інновації не є радикально новим винаходом, який отримує практичне застосування, і не можуть бути віднесені до революційних інновацій. У той же час їх не можна віднести і до розряду еволюційних інновацій. Мережеві інновації виникають в результаті взаємного впливу компетенцій кожної окремо взятої організації, що призводить до поліпшення існуючого продукту або процесу, або навіть до створення нового. Також деякі дослідники відзначають можливість спонтанного, не обумовленого попередніми дослідженнями, виникнення мережевих інновацій. Єдиною умовою для їх виникнення буде кооперація декількох організацій, що дозволяє поєднувати нові технології. К. Імаї і Я. Баба показують, що в Японії в результаті такого злиття технологій, зокрема, технологій машинобудування та електроніки – з'явилися домашні комп'ютери Nintendo, користувачі яких можуть торгувати акціями, займатися банківською справою, замовляти квитки і грати у відеоігри вдома, не відходячи від екрану телевізора [9].

Роберт Аллен у своїй статті «Колективні винаходи» виділив подібний патерн поведінки як четвертий інститут інновацій, крім вже існуючих трьох: приватного винахідника, некомерційних організацій, що займаються дослідженнями і розробками, і державних установ [13]. На відміну від процесу досліджень і розробок (R&D), колективні роботи не є проектом, на який фірми виділяють інвестиції. Колективні винаходи є побічним продуктом стандартних бізнес-операцій, результатом множинних незначних поліпшень.

Пізніші дослідження феномену колективних винаходів підтверджують їх значення для розвитку галузі. Так, занепад зрілої галузі споживчої електроніки США став основною проблемою для виробників напівпровідників. В Японії науковці, що займаються розробкою напівпровідникових приладів, можуть співпрацювати з виробниками пральних машин або інших великих побутових приладів шляхом створення інтеграції з високим ступенем координації. Подібна комбінація різних практик дозволяє виявити нові напрямки застосування чіпів, а також поліпшення характеристик існуючих приладів. У США така можливість відсутня в зв'язку з тим, що розробники і кінцеві користувачі роз'єднані, що означає втрати в ефективності для обох груп [18].

Механізм реакції мережі на зміни навколишнього середовища очевидна. Спочатку партнери по мережі мають більш широкий доступ до інформації щодо зовнішнього середовища і процесів, в ній протікають. Це дає їм фору перед іншими конкурентами, які не входять до складу мережі. Розпізнавши несприятливі тенденції, ґрунтуючись на досвіді, спільному аналізі інформації (тобто виходячи не тільки з сигналів цінового механізму), агенти мережі шукають спільні шляхи запобігання небезпеки або усунення її наслідків. Швидкість реакції, яка часто має вирішальне значення, визначається граничним ступенем заміщення однієї технології на іншу. У мережі забезпечується більша свобода в заміщенні факторів виробництва, що підвищує швидкість її реакції на зміни в порівнянні з альтернативними структурами. Таким чином, синергетичний ефект, довіру і гнучкість мережі, всі три переваги не існують окремо один від одного. Вони є необхідною умовою існування один для одного. А також можуть бути використані в якості пояснення високого інноваційного потенціалу мереж.

Сьогодні фірми рідко ведуть інноваційну діяльність поодиночі. Справа в тому, що для сучасного етапу розвитку характерна все зростаюча спеціалізація і фокус на ключових компетенціях. Збільшується і складність процесу створення інновацій, який пов'язаний з певним рівнем витрат і ризику. Фірми знаходяться в пошуках нових форм співпраці. Мета – посилити сильні сторони за рахунок нової комбінації і подолати недоліки за рахунок нових форм співпраці, більш широких і глибоких за змістом. Тому внутрішні дослідження, що фінансуються за рахунок коштів фірми, поступаються місцем новим зовнішнім формам співробітництва в сфері досліджень і розробок між раніше неафілійованими підприємствами.

У відповідності з точкою зору одного із засновників створення мережевих організаційних структур Р. Патюреля «організація у формі мережі – гібридне рішення, що об'єднує функціональний, дивізійний і матричний типи структур, забезпечуючи тим самим більш ефективний варіант розмежування діяльності і зв'язків, а також пропорцій між автономією і контролем» – саме ці принципи є наявними і в більш масштабних глобальних мережевих конструкціях [1].

Так, на зміну монополістичним структурам третьої хвилі прийшли олігополії, які мали велику вагу в четверту хвилю. Сучасні мережеві конструкції впливають на формування 6-ого ТУ, де взаємини (B2A, B2B, B2C) дають підстави уявити сучасний ринок як мережу нових взаємовідносин між його учасниками. Міжфірмові мережі стали гарантом стійкості та інноваційності розвитку – альтернативою великим корпораційним системам. Як висловився з цього питання в одній зі своїх статей Пол Кругман, «... успішні компанії – або, принаймні, ті компанії, які роблять серйозні внесок в розвиток національної економіки – не існують в ізоляції. Економічне процвітання залежить від синергії між компанією, від кластера, а не від індивідуального підприємця» [1].

Отже, четверта індустріальна революція сьогодні вже набуває загальних рис, не зважаючи на той факт, що на значній території земної кулі домінують технологічні уклади в рамках третьої промислової революції. Але не зважаючи на неоднорідність поширення індустріальної революції 4.0 в глобальних масштабах вона характеризується поєднанням технологій, що розвивають кордони між різними сферами життя (фізичної, біологічної, віртуальної), і відрізняється від своїх попередниць трьома ключовими параметрами - швидкістю, масштабами і системним характером соціально-економічних наслідків [3].

Індустріальна революція 4.0, як вже зазначалось, пов'язана з впровадженням у виробництво двох комплексних нових технологій, які абсолютно змінюють традиційну логіку виробничих процесів, - кіберфізичних систем на базі інтернету та трьохвимірного друку (адитивна виробництво). Кіберфізичні системи ведуть до утворення розумних виробничих систем (smart production systems), де всі елементи (ресурси, верстати, складальні лінії, складські, логістичні, маркетингові та інші модулі) об'єднані в одну комунікаційну мережу так, що вони можуть обмінюватися між собою даними, ініціювати певні дії та мають можливості до самокерування без втручання людини. Зокрема, прикладами можуть слугувати розумні фабрики (smart factory), що з'явилися в ряді розвинених країн і в Китаї, де кінцеві продукти наділені системами радіочастотної самоідентифікації і визначення свого місцезнаходження в будь-який час (RFID-мітки), мають знання про історію свого створення і свій поточний стан. Встановлені RFID-мітки передають

необхідну інформацію про заготівлю складальному роботу, автоматично відслідковують запаси сировини, планують логістику. При цьому замовники мають зворотний зв'язок з виробником в режимі реального часу.

Розумні виробничі системи поєднують в собі два рівні інтеграції: по-перше, вертикальну інтеграцію в єдину мережу всіх операцій усередині підприємства за стадіями виробництва, по-друге, горизонтальну інтеграцію підприємств і юридично незалежних компаній в виробничі ланцюжки будь-якого географічного охоплення, включаючи глобальний [15]. В цілому самі виробничі системи як продукт індустріальної революції є складовими мережевих економічних систем (глобальних виробничих систем).

Отже, основою міжнародних економічних систем є інноваційні технології. Проте, інноваційні технології, які і індустріальна революція не мають однорідності в глобальній системі. В даний час описані комплекси інноваційних технологій освоєні лише низкою глобальних корпорацій, що мають потужні мережі незалежних постачальників по всьому світу, наприклад, німецької Trumpf (в частині виробництва лазерного обладнання), німецької Siemens (в частині медичної інженерії), британської Rolls -Royce (в частині створення реактивних авіадвигунів), французьким розробником програмного забезпечення в сфері 3D-дизайну Dassault Systèmes [10]. Але сутність процесу в тому, що мережева економічна система в майбутньому вимагатиме зміни існуючих бізнес-моделей під ці технології, тобто глобальні мережеві корпорації будуть розширювати свою структуру, заповнюючи глобальну неоднорідність.

На думку соціолога економіста Ф. Філіпса, всі види сучасної інноваційної активності мають комбінаторну природу, а нелінійність інноваційного процесу можна представити у вигляді циклічного кола з оберненим зв'язком (Circle of Innovation). Технологічні іновачії створюють не тільки нові продукти та послуги, а й нові способи використання нових продуктів та послуг. В свою чергу, нові способи використання нововведень оновлюють існуючі моделі соціально-економічної організації та соціальних взаємодій, а ці моделі генерують нові потреби, які задовільняються за рахунок подальшого розвитку технологічних іновачій [14]. Розуміння цієї циклічності і дає нам можливість аналізувати вплив індустріальної революції на диверсифікацію МЕС в контексті поширення інноваційних технологій.

Основні результати. У світі цифрових комунікацій і розподіленого виробництва економічна влада переходить від жорстких ієрархічних структур до учасників гнучких горизонтальних мереж, здатних швидко перебудовувати конфігурацію зв'язків під нові проекти і спільне створення саме інноваційних продуктів. На рівні компаній новими лідерами стають корпорації з мінімальною ієрархією і максимальною організаційною мобільністю, що дозволяє використовувати вигоди динамічного мережевого економічного середовища. Задача поєднання локального з глобальним – входження в локальні кластерні мережі та побудова глобальних ланцюгів як гнучких мереж незалежних компаній партнерів, підштовхнула великі вертикально-інтегровані корпорації до радикальної зміни свої організаційних форм. Глобальні мережеві корпорації почали трансформувати себе в розподільні компанії, де ризики, прибутки, компетенції та ресурси, які пов'язані з реалізацією нових проектів розподіляються всередині власної глобальної мережі.

Таким чином, Індустрія 4.0 не має відношення ані до спасіння державами галузей попередніх технологічних укладів, які програють в рамках глобальної конкуренції, ані до пріоритетної державної підтримки певних напрямлень хай-теку, ані тим паче, до наздоганяючих моделей внесених в практику азійськими країнами у 70-х роках<sup>1</sup>. Як об'єктивна світова тенденція вона веде до зростання наукоємності виробництва та підвищенню частки технологічної передової обробної промисловості в структурі ВВП, перш за все в економіках розвинутого світу, зокрема в США і країнах ЄС [13]. Причому в умовах розподіленого виробництва (його фрагментації між країнами за проміжними стадіями створення продукту в глобальному ланцюгу вартості) промисловий сектор, оцінюваний в національній статистиці за вартістю кінцевих продуктів, органічно включає в себе різні види наукомістких послуг, присутніх в тих чи інших ланках глобальних ланцюжків.

В даному випадку, аналізуючи світові тенденції нової індустріалізації, можна описати її вплив на форми диверсифікації мережевих економічних систем, які мають абсолютно протилежну динаміку, аніж на початку створення самих мереж у 80-х роках і, фактично, тільки сьогодні знаходять відображення в наукових дослідженнях. У XXI столітті, з ростом наукоємності виробництва (включаючи зростання кваліфікації і подорожчання вартості кваліфікованої праці як ресурса), аутсорсинг технологічно стандартних операцій і, зокрема, їх масовий офшорінг в азійські країни з дешевою працею (виробництво масових виробів, складання комплектуючих і т.п.) втрачають колишнє глобальне економічне значення. У зростаючій кількості галузей, міжнародні компанії переходять від аутсорсингу до стратегії смартсорсінга (smart-sourcing) - дроблять ланки глобальних ланцюжків на все більш спеціалізовані функціональні завдання, підбираючи в мережі під кожне з таких завдань свій територіальний кластер з розумною спеціалізацією, де дана задача може виконуватися з найбільшою ефективністю .

<sup>1</sup> За розрахунками Deloitte, чим вище реальні темпи зростання виробничого сектора, тим швидше росте вся економіка в реальному вираженні - і навпаки. Причому ця кореляція не залежить ні від вихідних абсолютних масштабів (вартісної величини) даного сектора, ні від його відносної частки в структурі ВВП. Спираючись на ці розрахунки, Всесвітній економічний форум рекомендує всім країнам стимулювати освіту інноваційних кластерів і розвивати в цьому організаційному форматі індустрію нового покоління [4]. 7 Зв'язок між динамікою обробної промисловості і динамікою ВВП однаково характерна і для країн з високою часткою даного сектора у ВВП (вище 30% - Китай, Південна Корея, Таїланд), і для країн з низьким ступенем (менше 16% - США, Франція, Великобританія, Індія, Бразилія), і для країн з середньою часткою (від 16 до 30% - Японія, Німеччина, Росія, Мексика, Польща, Тайвань) [4].

Саме така модель диверсифікації МЕС вирішила проблематику організаційної інерції. Кластер є визнаним інструментом підвищення конкурентоспроможності країни та її інноваційного потенціалу. Участь в роботі кластера підвищує здатності до інновацій, сприяє поширенню нових бізнес-ідей та їх впровадження на ринок, забезпечує пом'якшення негативних наслідків організаційної інерції, що в свою чергу знижує бар'єри на шляху впровадження технологічних, продуктових і організаційних інновацій. Таким чином, інноваційний потенціал МЕС реалізується в двох напрямках: 1) за рахунок четвертого інституту інновацій або мережевих інновацій та 2) в результаті зниження бар'єрів на шляху впровадження інновацій.

Розглянуті властивості мереж, такі як синергійний ефект, соціальний капітал, що формується в результаті взаємодії учасників мережі, здатність продукувати мережні інновації і гнучкість реакції на зміни зовнішнього середовища визначають переваги мереж перед іншими способами інтеграції господарюючих суб'єктів в умовах сучасної економічної системи.

Формування мереж відбувається переважно двома способами: 1) під дією стихійних сил або 2) шляхом вертикальної дезінтеграції. Тенденція до розукруплення бізнесу намітилася ще в 80-х рр. в США і виражалася в рішучому розукрупненні усталених фірм, які в своєму прагненні зосередитися на «стрижневій компетенції», стали різко скорочувати число рівнів внутрішніх ієрархій. При цьому міркування ефективності диктували замовлення на стороні широкого спектра видів діяльності, а часом – позбавлення навіть від самого виробничого компонента вартісного ланцюжка. З іншого боку, новостворювані фірми також відмовлялися від зростання шляхом вертикальної інтеграції і замість цього створювали альянси з незалежними постачальниками або дистриб'юторами на всьому протязі своєї вартісної ланцюжка [9].

Тенденція, що зародилася в 80-х рр., зберігається і сьогодні. Існує безліч свідчень того, що в великих ієрархічних, вертикально інтегрованих організаціях відбуваються фундаментальні зміни. Організації експериментують з різними новими, незвичними їм схемами. У спрощеному вигляді тут можна виділити два процеси: «стиснення» – великих організацій, що виявляється в скороченні їх розмірів або звільнення працівників і децентралізації стратегічної влади практично на кожному етапі процесу виробництва. У першому випадку велика фірма трансформується на внутрішньому рівні, у другому – відбувається розподіл основних видів її діяльності між зростаючою кількістю акторів при відповідній втраті централізованого контролю. Обидва процеси тягнуть за собою вертикальну дезінтеграцію, або стиснення ієрархії, а також поширення горизонтальних відносин, або мережевоподібних зв'язків. В результаті виникають кластери квазінезалежних одиниць, які можуть приймати різні форми – стабільні і динамічні мережі; стратегічні альянси; партнерства, що створюють додаткову вартість; глобальні ринкові матриці і т.д. [9].

Процеси горизонтальної дезінтеграції відзначаються і в високотехнологічних галузях – в компаніях, що займаються виробництвом напівпровідників і мікропроцесорів, а також в банківському секторі, в текстильній промисловості та інших галузях [15]. І як показують дослідження, в галузях, де були виявлені ці процеси, відбувається зростання показників ефективності фірм, в тому числі інноваційної активності, що набуває особливого значення в зв'язку зі швидким переходом до 6-ого ТУ.

Іноді горизонтальна дезінтеграція може досягати своєї межі як у випадку з компанією «Nike». Бізнес-стратегія компанії «Nike» є яскравим прикладом розвитку нової мережевої форми організації, застосування нового «технологічного» дизайну, які ще називають «оболочковими» або «порожністими» фірмами. Оболонкові або пустотілі фірми – це компанії, в яких частина функцій, перш за все виробництво, передана на контрактній основі стороннім підрядникам. Оболонкова фірма бере на себе витрати виробника за визначенням того, який товар треба виробляти, як і кому його реалізувати. Втім, і ці витрати вона може перекласти на підрядників (дизайнерські та конструкторські бюро, рекламні та маркетингові агентства та ін.), залишаючи за собою лише функцію загального управління всім процесом від розробки ідеї товару до продажу його кінцевому покупцеві. У чистому вигляді пустотіла компанія представляє собою керуючу фірму, наймає невелику кількість менеджерів, які координують роботу сторонніх підрядників [5].

Світовий лідер у виробництві спортивного взуття фірма «Nike» Inc. вже з моменту утворення в 1964 р поступово передавала виробничі функції на контрактній основі підрядникам з країн, що розвиваються (підвищувала ступінь своєї «пустотілості») і зараз велика частина продукції компанії виробляється на фабриках за межами США. Бізнес-модель була запропонована Філом Найтом, ко-засновником компанії, який вирішив перейняти досвід американських виробників побутової та електричної техніки. На початку, замовлення розміщувалися на японських фабриках. Потім, коли в 1970-х рр. витрати виробництва зросли, «Nike» стала розміщувати замовлення у постачальників з Кореї і Тайваню. Згодом Корея і Тайвань пішли по шляху економічного розвитку і витрати виробництва стали зростати, місцеві фабрики, які виконували замовлення для «Nike», перемістили частину виробничих операцій в країни з меншими витратами, такими як Індонезія, Китай, Таїланд і В'єтнам [1].

Отже, ми можемо зазначити, що сутність мережевих економічних структур, з точки зору технологічного впливу на систему, це концентрація не на організаційній структурі, а на структурі капіталізації технології, від розробки до провадження в своїй мережі. Саме наукоємні технології перетворюють низькодохідні операції обробки та збирання у високодохідні. Смартсорсинг як породження нової індустріалізації вплинув на модель диверсифікації мережевих економічних систем, де такою моделлю

став рещоринг (re-shoring) – повернення офшорингових ланцюгів з країн, що розвиваються, назад в розвинуті країни. Тобто, якщо моделлю диверсифікації глобальних корпорацій 20 років назад було перенесення виробництв у треті країни (певних операцій, як було описано нами вище на прикладах провідних корпорацій), то сьогодні диверсифікація більш складних мережевих економічних систем (де глобальні корпорації є складовою) направлена на неперервність інновацій, де мережева економічна система розміщує такі ланки в кластерах, які є складовою цієї ж мережі (в безпосередній близькості до власних університетів, технологічних хабів, високоспеціалізованих постачальників та спеціальних споживачів зі стійким попитом на такі інноваційні продукти та ін.).

### Література

1. Пауелл У., Сміт-Дор Л. Мережі та господарське життя // Електронний журнал. Економічна соціологія. 2003. Т. 4. № 3. С. 61-106.
2. Brynjolfsson E., Saunders A. *Wired for innovation: how information technology is reshaping the economy*. – MIT Press, 2009. [2].
3. Georgakopoulos, P. P. Jayaraman, M. Fazio, M. Villari, and R. Ranjan, "Internet of Things and edge cloud computing roadmap for manufacturing," *IEEE Cloud Comput.*, vol. 3, no. 4, pp. 66–73, July–Aug. 2016.
4. Hermann, Pentek, Otto, *Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios*, 2015. 2015.
5. Hirooka M. *Innovation dynamism and economic growth: A nonlinear perspective*. – Edward Elgar Publishing, 2006. [100, с. 53].
6. J. Weinman, "The economics and strategy of manufacturing and the cloud," *IEEE Cloud Comput.*, vol. 3, no. 4, pp. 6–11, July–Aug. 2016.
7. K. F. Tsang, M. Gidlund, and J. Åkerberg, "Guest editorial industrial wireless networks: Applications, challenges, and future directions," *IEEE Trans. Ind. Informat.*, vol. 12, no. 2, pp. 755–757, Apr. 2016.
8. Kagermann, H., W. Wahlster and J. Helbig, eds., *Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0: Final report of the Industrie 4.0 Working Group*, 2013.
9. Lee, Jay, Behrad Bagheri, and Hung-An Kao. "A cyber-physical systems architecture for industry 4.0-based manufacturing systems." *Manufacturing Letters* 3, pp. 18-23, 2015.
10. Lukac, Dusko. "The fourth ICT-based industrial revolution" *Industry 4.0"??? HMI and the case of CAE/CAD innovation with EPLAN P8*, "Telecommunications Forum Telfor (TELFOR), 2015 23rd. IEEE, 2015.
11. M. Ehrlich, L. Wisniewski, and J. Jasperneite, "State of the art and future applications of industrial wireless sensor networks," in *Proc. Kommunikation in der Automation (KommA)*, Nov. 2016, pp. 80–87.
12. R. Schmidt, M. Möhring, R.-C. Härting, C. Reichstein, P. Neumaier, P. Jozinović, *Industry 4.0 - Potentials for Creating Smart Products: Empirical Research Results*, in: W. Abramowicz (Ed.), *Business Information Systems*, Springer International Publishing, 2015, pp. 16-27.
13. R. Belderbos, L. Sleuwaegen, D. Somers, K. De Backer. *Where to Locate Innovative Activities in Global Value Chains: Does Co-location Matter?//OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*. 2016. No 30.
14. Schwab Klaus, *The Fourth Industrial Revolution*, Kindle Edition, 2016.
15. Schwab Klaus, *The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond*, World Economic Forum, 2016.
16. Shiyong Wang, Jiafu Wan, Di Li, and Chunhua Zhang, "Implementing smart factory of industrie 4.0: an outlook," *International Journal of Distributed Sensor Networks*, Vol.2016, 2016.
17. Stock, T., and G. Seliger. "Opportunities of Sustainable Manufacturing in Industry 4.0." *Procedia CIRP* 40, pp. 536-541, 2016.
18. WEF Survey Report, *Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact*, World Economic Forum, 2015.

Рецензія/Peer review : 07.11.2018    Надрукована/Printed : 03.12.2018

УДК 339.5:338.1:621

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-118-125

КРАМАР І. Ю.,  
МАРИНЕНКО Н. Ю.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*Проаналізовано географічну структуру зовнішньої торгівлі вітчизняними товарами за період 2010-2017 років, а також подано товарну структуру зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування України. Оцінено зовнішньоторговельний оборот держави у секторі промисловості та обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг). Подано динаміку індексу промислової продукції, який за період з 2014 р. по 2017 р. зріс на 10,5%, при цьому позитивну динаміку продемонстровано сектором машинобудування. Показано, що прямі іноземні інвестиції у промисловість є важливим елементом економічного зростання України і каталізатором її розвитку. Встановлено, що з метою створення належних умов для залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України важливим є вдосконалення нормативно-правової бази державного регулювання цієї сфери. Виокремлено основні проблеми та слабкі сторони інвестиційного клімату в Україні, а також фактори інвестиційної привабливості країни. Означено детермінанти, що є перешкодами на шляху успішного функціонування вітчизняної промисловості. Запропоновано напрями завоювання та зміцнення конкурентних позицій продукцією вітчизняного машинобудування на світових торговельних ринках та розвитку даної галузі загалом.*

*Ключові слова:* зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, машинобудування, прямі іноземні інвестиції

KRAMAR I.,  
MARINENKO N.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

## TRENDS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF UKRAINE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

*The geographical structure of domestic commodities' foreign trade for the period of 2010-2017 is analyzed, as well as the commodity structure of Ukrainian machine-building products' foreign trade is presented. The state's foreign trade turnover in the industrial sector and the volume of sold industrial products (goods, services) are evaluated. The dynamics of the industrial products index, which increased by 10.5% for the period from 2014 to 2017, is presented. The positive dynamics is demonstrated by the machine-building sector, where the indicators for growth in all subsectors, except for the production of electrical equipment, are recorded. The leading positions in the structure of foreign trade of Ukraine are taken by machines, equipment and mechanisms, electrical equipment, electric machines, nuclear, boiler and machine reactors and ships. It is shown that foreign direct investment is an important element of Ukraine's economic growth and a catalyst for its development. It is established that in order to create the proper conditions for the foreign direct investments attraction into the economy of Ukraine, it is important to improve the legal and regulatory framework for state regulation of this sphere. The main problems and weaknesses of the investment climate in Ukraine, as well as factors of investment attractiveness of the country (favorable geographical location, resources availability, capacious consumer market, cheap labor force etc.), are determined. Obstacles to the successful functioning of domestic industry are identified. The directions for taking and strengthening competitive positions in the world trading markets by the domestic machine-building products and development of this industry in general are proposed.*

*Keywords:* foreign economic activity, export, import, machine-building industry, foreign direct investments.

**Постановка проблеми.** Стан і розвиток вітчизняного машинобудування має значний вплив на загальний стан економіки країни, оскільки є її провідним сектором промисловості України. Україна володіє значним потенціалом природних, трудових та інтелектуальних ресурсів, необхідних для того, щоб посісти провідне місце серед інших країн світу у сфері машинобудування, тому актуальним питанням є дослідження стану зовнішньоекономічної діяльності України та експортно-імпортних тенденцій промисловості в сучасних умовах функціонування, у т.ч. даної галузі, для виявлення проблем та окреслення можливих перспектив розвитку.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є аналіз тенденцій експортно-імпортної діяльності українських промислових підприємств, зокрема машинобудівних, а також виокремлення основних факторів впливу на неї та визначення потенційних напрямів розвитку.

**Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій.** Питанням дослідження зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств, проблемам і особливостям формування даного сектора економіки України присвячені праці вітчизняних учених А. І. Амопі, А. В. Вороніної, А. Ю. Геворкяна, В. М. Гейця, Б. М. Данилишина, Я. А. Жаліла, М. О. Карп'як, А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, О. Ю. Пасічної, Н. М. Попадинця, Г. М. Тарасюк, А. С. Філіпенка та ін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З метою встановлення тенденцій зовнішньоекономічної діяльності підприємств України, проаналізуємо географічну структуру зовнішньої торгівлі товарами за період 2010-2017 років (табл. 1).

Таблиця 1

## Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами (2010-2017 рр.), млн. дол. США

Рік	Усього <sup>1</sup>	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС* (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
<b>Експорт</b>									
2010	51405,2	18740,6	32664,6	13829,6	13085,3	13715,4	3018,7	2000,0	28,4
2011	68394,2	26177,0	42217,2	18442,4	18021,5	17737,8	3344,2	2552,3	29,8
2012	68830,4	25318,6	43511,8	17424,0	17123,7	17681,1	5638,2	2607,7	50,9
2013	63320,7	22077,3	41243,4	17064,2	16758,6	16813,0	5094,7	2163,6	40,1
2014 <sup>2</sup>	53901,7	14882,3	39019,4	17122,1	17002,9	15350,9	5098,2	1372,2	23,5
2015 <sup>2</sup>	38127,1	7806,1	30321,0	13248,3	13015,2	12378,9	3803,3	785,6	13,6
2016 <sup>2</sup>	36361,7	6031,5	30330,2	13790,1	13496,3	11796,3	3865,1	735,2	18,3
2017 <sup>2</sup>	43264,7	6916,4	36348,3	17901,9	17533,4	12967,3	4047,7	1207,9	71,9
<b>Імпорт</b>									
2010	60742,2	26697,4	34044,8	20004,5	19151,4	10023,3	874,4	2879,4	261,4
2011	82608,2	37212,4	45395,8	27065,9	25805,8	13279,9	940,6	3913,9	194,0
2012	84717,6	34497,2	50220,4	27569,6	26237,2	17140,5	851,3	4446,7	195,7
2013	76986,8	27941,6	49045,2	28566,2	27046,5	15237,3	749,8	4339,9	93,7
2014 <sup>2</sup>	54428,7	17276,9	37151,8	22383,0	21069,1	10848,3	679,9	3021,5	182,2
2015 <sup>2</sup>	37516,4	10485,5	27030,9	16665,3	15330,2	7235,8	601,7	2336,6	169,6
2016 <sup>2</sup>	39249,8	8565,4	30684,4	18470,2	17140,8	8920,5	553,9	2594,8	120,6
2017 <sup>2</sup>	49607,2	11477,9	38129,3	22922,4	20799,4	10679,4	719,0	3615,6	151,4

<sup>1</sup> З урахуванням обсягів товарів

<sup>2</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини окупованих територій у Донецькій та Луганській областях. \* ЄС – Європейський Союз

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Дані, представлені у табл.1, свідчать про те, що найвищі показники експорту спостерігали у 2012 р. З 2013 р. експорт товарів знижується, а імпорт – зростає. Зовнішньоторговельний оборот знизився на 37% у 2017 р. порівняно із 2012 р. При цьому у структурі зовнішньої торгівлі співвідношення експорту-імпорту за цей період практично не змінилося (44,8%-55,2% та 45,5%-54,5% відповідно).

Графічне представлення динаміки експорту України за 2010-2017 роки представлено на рисунку 1.

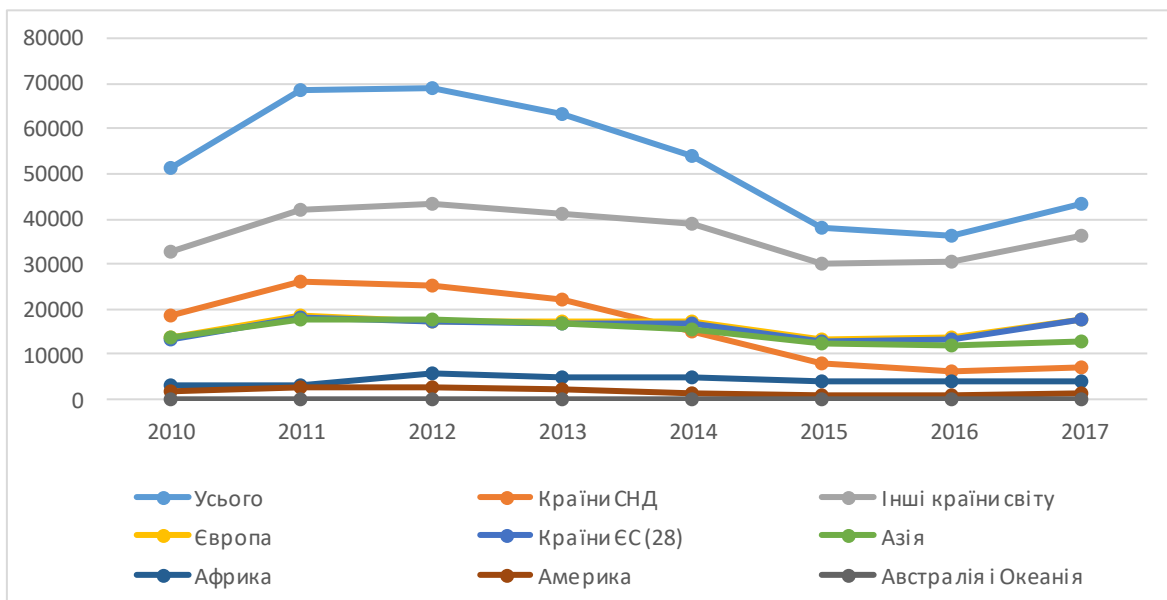


Рис. 1. Динаміка географічної структури експорту товарів за 2010-2017 рр., млн. дол. США

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Основними країнами-імпортерами українських товарів у 2012 р. були країни СНД. Проте, зважаючи на війну з Російською Федерацією (РФ), з 2013 р. почалося значне скорочення експорту у ці країни. Тому у 2017 р. основними імпортерами української продукції були країни ЄС, які є одночасно і основними постачальниками імпортованої продукції для України.

На рис. 2 представлено географічну структуру імпорту України за 2010-2017 роки.

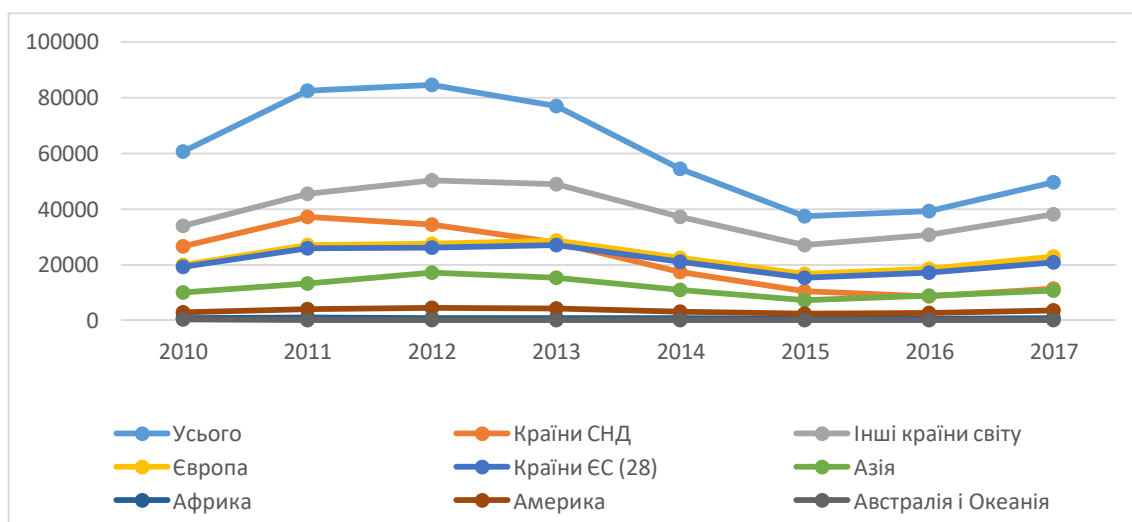


Рис. 2. Динаміка географічної структури імпорту товарів за 2010-2017 рр., млн. дол. США

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

У 2017 р. імпорт товарів не перевищив аналогічний показник за 2014 р. Проте особливу увагу варто звернути на Азійський регіон, котрий займає другу позицію як в структурі експорту, так і імпорту.

Для оцінювання зовнішньоторговельного обороту України у секторі промисловості, проаналізуємо обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг), який визначають за ціною продажу відвантаженої готової продукції (товарів, послуг), що зазначена в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями (замовниками) документах (включаючи продукцію (товари, послуги) за бартерним контрактом). Дані щодо обсягів реалізації за видами промислової діяльності сформовано за функціональним підходом (по однорідних продуктах).

Річні дані щодо обсягів реалізованої продукції (за структурною складовою) підприємств сформовано за вирахуванням податку на додану вартість (ПДВ), короткотермінові (на підставі спостереження щодо економічних показників короткотермінової статистики промисловості) – за вирахуванням непрямих податків (ПДВ, акцизного збору тощо) (табл. 2).

Таблиця 2

**Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності в Україні та за її межі у 2014-2017 рр., (млн. грн., без ПДВ та акцизу)**

1	Код за КВЕД-2010 2	2014		2015		2016		2017	
		Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)	З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни
3	4	5	6	7	8	9	10		
Промисловість	B+C+D+E	1195592,4	323085,0	1496013,0	418791,1	798393,9	219138,6	2153031,3	596313,0
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	B	153658,8	44323,4	181413,8	51522,8	98905,1	24739,2	1714038,8	594867,8
Переробна промисловість	C	809453,4	278180,0	1011864,2	366847,6	13195,6	4940,8	1400214,0	517745,5
Машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування	26-30	94088,4	50861,1	103708,1	57608,6	2479,7	374,7	150417,0	68810,2
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	26	7254,3	3607,8	7050,4	3075,1	13592,8	4737,7	10661,9	3236,5
Виробництво електричного устаткування	27	19303,4	7935,6	21379,0	9251,6	5062,5	1922,8	29033,9	11061,8
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	28	29713,2	15900,1	37508,7	20778,2	3968,9	2199,4	51121,9	22021,1



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	29-30	37817,5	23417,6	37770,0	24503,7	3965,1	1070,7	59599,3	32490,8
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	D	217099,6	448,9	285301,8	66,6	15497,0	5337,3	416616,6	... <sup>2</sup>
Водопостачання; каналізація, поводження відходами	E	15380,6	132,7	17433,2	354,1	19100,5	... <sup>2</sup>	22375,9	... <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

<sup>2</sup> Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

У 2017 р. обсяг промислового виробництва зменшився на 1,3%. Негативний внесок був сформований, як і у попередньому році, постачанням електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря, переробною промисловістю – а саме, машинобудуванням, металургією та виробництвом будматеріалів.

У цілому, в 2017 р. промислове виробництво зросло на 169% завдяки позитивному впливу зовнішньої кон'юнктури та внутрішньому попиту, які поєднувались із модернізацією виробничих потужностей.

Україна повинна створювати механізми, що спонукають власників компаній до модернізації й технічного переозброєння. Якість і масштаб економіки держави в сучасних умовах визначаються не розміром ВВП або експорту, а обсягом доданої вартості, створеної в промисловості, а також місцем країни в глобальних ланцюжках доданої вартості [1].

Такої думки дотримуються і інші вчені, вважаючи, що необхідним є формування вітчизняної зовнішньоторговельної політики на основі принципу неотехнологізму, визначальною метою якого є забезпечення довготривалого зростання національної економіки шляхом досягнення лідерства на світових ринках інноваційної продукції. Оскільки таке лідерство є неможливим без використання і перманентного розвитку передових здобутків науки і техніки, то основоположною функцією держави в зовнішньоторговельній політиці стає підтримка інноваційної діяльності суб'єктів ЗЕД, створення сприятливих умов та допомога у просуванні інноваційної продукції на міжнародні ринки. Основними інструментами у проведенні такої політики стають державне фінансування НДДКР, а також запровадження податкових стимулів активізації інноваційних процесів [2].

Розглянемо динаміку індексу промислової продукції, який базується на даних про динаміку виробництва за постійним набором товарів-представників (більше тисячі позицій) та структурі валової доданої вартості за базовий рік.

З 2013 року розрахунок індексу здійснюють за видами діяльності в секціях "В", "С", "D" (крім групи 35.3) відповідно до Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010 [3]. Індекс промислової продукції – відносний показник динаміки обсягу промислового виробництва, що характеризує його зростання або спад (табл. 3).

Таблиця 3

**Індекс промислової продукції за видами діяльності у 2013-2017 рр.<sup>1</sup>**  
(відсотків до попереднього року)

	Код за КВЕД-2010	2014	2015	2016	2017
Промисловість	B+C+D	89,9	87,0	102,8	100,4
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	B	86,3	86,9	102,9	101,6
Переробна промисловість	C	90,7	87,4	104,3	104,8
Машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування	26-30	79,4	85,9	102,0	107,9
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	26	77,9	71,3	124,2	109,2
Виробництво електричного устаткування	27	100,9	89,8	100,9	97,5
Виробництво машин і устаткування, не віднесені до інших угруповань	28	88,7	87,5	102,3	106,6
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	29-30	64,3	85,0	98,4	115,5
Постачання електроенергії, газу та пари	D	93,4	88,0	102,5	93,5

<sup>1</sup> Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя, а також без урахування частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Отже, за період з 2014 р. по 2017 р. індекс промислової продукції зріс на 10,5%, при цьому позитивну динаміку спостерігаємо у секторі машинобудування, де тенденцію до зростання продемонстрували показники у всіх субсекторах, крім виробництва електричного устаткування.

Про значення будь-якого виробництва в економіці країни свідчить його частка у структурі промислового виробництва. У таблиці 4 подано товарну структуру зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування України за період 2015-2017 рр.

Таблиця 4

Товарна структура зовнішньої торгівлі України товарами машинобудування у 2015-2017 рр.<sup>1</sup>

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	2015						2016						2017						
	Експорт			Імпорт			Експорт			Імпорт			Експорт			Імпорт			
	тис. дол. США	у % до 2014	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2014	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2015	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2015	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2014	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2014	у % до загального обсягу	
Усього	38127149,7	70,7	100,0	37516443,0	68,9	100,0	36361711,2	95,4	100,0	39249797,2	104,6	100,0	38127149,7	70,7	100,0	37516443,0	68,9	100,0	
у тому числі																			
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	3940855,8	69,7	10,3	6273379,8	71,9	16,7	3637946,0	92,3	10,0	7889365,2	125,8	20,1	4276832,1	117,6	9,9	9902622,9	125,5	20,0	
84 реактори ядерні, котли, машини	1961641,6	65,9	5,1	3578210,7	72,8	9,5	1561256,3	79,6	4,3	4686140,1	131,0	11,9	1728053,5	110,7	4,0	5776818,0	123,3	11,7	
85 електричні машини	1979214,2	73,8	5,2	2695169,2	70,8	7,2	2076689,8	104,9	5,7	3203225,2	118,9	8,2	2548778,6	122,7	5,9	4125804,9	128,8	8,3	
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	679179,3	46,1	1,8	1743638,6	65,8	4,6	555659,8	81,8	1,5	2959494,7	169,7	7,5	625886,0	112,6	1,4	4182087,1	141,3	8,4	
86 залізничні локомотиви	210822,2	25,1	0,6	37185,3	30,1	0,1	237776,3	112,8	0,7	81909,0	220,3	0,2	219663,6	92,4	0,5	168261,7	205,4	0,3	
87 засоби наземного транспорту, крім залізничного	175607,9	59,9	0,5	1619874,4	66,1	4,3	132485,4	75,4	0,4	2814021,7	173,7	7,2	132687,2	100,2	0,3	3965689,6	140,9	8,0	
88 літальні апарати	190635,6	77,4	0,5	54859,9	111,5	0,1	78942,8	41,4	0,2	50469,9	92,0	0,1	29029,1	36,8	0,1	28705,0	56,9	0,1	
89 судна	102113,7	109,3	0,3	31718,9	130,8	0,1	106455,3	104,3	0,3	13094,1	41,3	0,0	4276832,1	117,6	9,9	9902622,9	125,5	20,0	

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Провідні позиції у структурі зовнішньої торгівлі України товарами машинобудування посідають машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання, експорт яких незначно скоротився протягом аналізованого періоду (з 10,3% до 9,9%), а імпорт, навпаки, зріс більше, ніж на 3%. Таку ж тенденцію спостерігаємо щодо електричних машин, експорт яких зріс із 5,2% до 5,9%, а імпорт – із 7,2% до 8,3%. Експорт реакторів ядерних, котлів, машин зменшився з 5,1% у 2015 р. до 4,0% у 2017 р., а імпорт зріс у 2015 р. порівняно із 2016 р., проте наступного року він скоротився до позначки 11,7%. Найвищі темпи зростання експорту (з 0,3% у 2015 р. до 9,9% у 2017 р.) та імпорту (з 0,1% до 20,0%) зафіксовано у торгівлі суднами.

Для нарощування обертів вітчизняної економіки, необхідним є відхід від її сировинної моделі, збільшення виробництва продукції з високою часткою доданої вартості, імпорт і трансфер технологій, їхнє освоєння українськими інженерно-технічними фахівцями, копіювання найкращих західних технологій і створення власних. Як один із заходів сприяння розвитку транспортного, сільськогосподарського машинобудування та верстатобудування можна розглянути спеціальний режим оподаткування, при якому ставка податку для підприємств цих галузей залежатиме від суми інвестицій у нове обладнання та НДДКР. Окрім того, важливе значення в даному аспекті має також іноземне інвестування, яке є вагомим чинником економічного зростання України і каталізатором її розвитку. Обсяг ПІІ, вкладених у промисловість України за 2010-2017 роки, представлено у табл.5.

Таблиця 5

**Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України  
за видами економічної діяльності (2010-2017 рр.)<sup>1</sup>, млн. дол. США**

	Код за КВЕД	Роки							
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усього		38 992,9	45 370,0	48 197,6	51 705,3	53 704,0	38 356,8	32 122,5	31 230,3
<b>ПРОМИСЛОВІСТЬ</b>	<b>V+C+D+E</b>	16 473,7	18 693,8	17 303,8	18 031,1	17 681,4	12 419,4	9 893,6	9 667,6
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	B	2 565,6	5 710,7	4 595,7	4 510,8	5 004,4	3 126,2	1 868,7	1 521,3
Переробна промисловість	C	13 701,8	12 763,6	12 394,2	12 899,3	12 004,6	8 797,6	7 531,9	7 523,9
Машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування	26 - 30	1 024,7	940,0	1 009,0	930,0	1 167,8	841,7	781,6	771,0
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	D	127,7	142,3	214,3	531,6	593,4	412,4	438,0	556,5
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	E	78,5	77,2	99,5	89,3	78,9	83,2	55,1	65,9

<sup>1</sup> Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Примітка. В окремих випадках сума складових може не дорівнювати підсумку у зв'язку з округленням даних

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Графічну інтерпретацію обсягу прямих інвестицій в машинобудівну галузь України (2010-2017 рр.) представлено на рис. 3.



**Рис. 3. Динаміка прямих інвестицій (акціонерний капітал) в галузі машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування у 2010-2017 рр., млн. дол. США**

Джерело: Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Згідно даних рис. 3. можемо зробити висновок про ситуацію, яку прослідковуємо і щодо інших досліджених показників: з часу початку воєнної агресії РФ на території України обсяг прямих інвестицій в машинобудівну галузь значно скоротився. До чинників, які стримують залучення інвестицій у промисловість України, відносять перманентні бойові дії, транспортні обмеження щодо переміщення вантажів, зокрема в Донецькій та Луганській областях, низька пропускна спроможність транспортної інфраструктури ПАТ «Укрзалізниця», втрата контролю над підприємствами на неконтрольованій території, зокрема промисловими підприємствами, основна частка яких знаходиться саме у східних регіонах України тощо [4].

З метою створення належних умов для залучення ПІІ в економіку України надзвичайно важливим

є вдосконалення нормативно-правової бази державного регулювання іноземних інвестицій, що може бути ключовим чинником кількості та якості ПІІ, а правові режими, що їх регулюють, можуть мотивувати та заохочувати вигідні ПІІ, запобігаючи або мінімізуючи шкоду національній економіці та ресурсам. Україні притаманна значна кількість факторів інвестиційної привабливості, а саме: вигідне географічне розташування, забезпеченість ресурсами, місткий споживчий ринок, дешева робоча сила тощо.

Крім означених детермінант гальмування розвитку промисловості, і машинобудування зокрема, слід відзначити недостатнє фінансування науки та освіти, технологічний лаг між вітчизняною та світовою промисловістю, монополізацію галузей, збитковість підприємств, залежність від імпорту засобів виробництва, корупцію в органах влади, відсутність послідовної, системної політики держави у здійсненні промислової політики.

Для завоювання та зміцнення конкурентних позицій продукцією вітчизняного машинобудування на світових ринках необхідними є [5; 6; 7]: розвиток високотехнологічного виробництва; покращення виробничої інфраструктури та приведення її у відповідність до сучасних потреб і вимог; розуміння пріоритетності промисловості у розвитку економіки країни з боку її керівництва; державна підтримка наукоємних виробництв; сприяння у доступі до світових фінансових ринків; створення сприятливого інвестиційного клімату та умов для активізації зовнішньої торгівлі; диверсифікація географічної та товарної структури промислового експорту, зокрема, за рахунок країн азійського регіону; стабілізація фінансового сектора економіки; забезпечення належного інституційного середовища ведення бізнесу та створення єдиних «правил гри»; фінансування освіти на належному рівні та її реформування для уможливлення забезпечення потреб промисловості та можливості її модернізації кадрами відповідної кваліфікації; уможливлення участі національних виробників у світових ланцюгах створення доданої вартості; впровадження системно побудованої та науково обґрунтованої державної промислової політики і комплексної програми структурної перебудови галузі машинобудування з урахуванням усіх типів проблем галузі; доступ до дешевого кредитування (через державні банки); залучення іноземних підприємств високотехнологічного машинобудування до виробництва в Україні та локалізація їх виробництва; підтримка інновацій, маркетингової діяльності підприємств, створення ефективних механізмів комерціалізації технологій; допомога при виході на нові ринки збуту з боку торговельних представництв України за кордоном; оптимізація системи управління підприємствами в розрізі таких векторів як організаційний, інноваційний та науково-технічний, фінансово-інвестиційний і державно-приватного партнерства, припинення бойових дій та відновлення миру в країні тощо.

**Висновки.** Здійснений аналіз дає змогу зробити досить стриманий оптимістичний прогноз щодо розвитку вітчизняної промисловості у найближчій перспективі, адже більшість досліджених показників демонструють незначне пожаття та зростання порівняно із довоєнним періодом.

Попри існування значної кількості стримуючих факторів, Україна має достатні природні та інтелектуальні ресурси для здійснення необхідних заходів і перетворень, спрямованих на створення сприятливих умов технологічного та інноваційного прориву вітчизняної промисловості та машинобудівного комплексу зокрема. Зазначені заходи, спрямовані на покращення конкурентоспроможності вітчизняного машинобудування на світових ринках, дозволять активізувати та полегшити інтернаціоналізацію промислових підприємств України й тим самим підвищити ефективність їх діяльності.

## Література

1. Богдан Данилишин. Як Україні повернутися в клуб промислово розвинених країн [Електронний ресурс] / Богдан Данилишин. – Режим доступу: [https://dt.ua/promyshliennost/yak-ukrayini-povernutisya-v-klub-promislovo-rozvinenih-krayin-262070\\_.html](https://dt.ua/promyshliennost/yak-ukrayini-povernutisya-v-klub-promislovo-rozvinenih-krayin-262070_.html)
2. Іванов Є.І. Деструктивні фактори впливу зовнішньої торгівлі на макроекономічну стабільність економіки України / Є.І. Іванов // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2015. – Вип. 13. – С. 14-17.
3. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
4. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. Звіт про діяльність у 2017 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///D:/Download/Zvit\\_2017%20\(1\).pdf](file:///D:/Download/Zvit_2017%20(1).pdf)
5. Неоіндустріальна трансформація промислового потенціалу України: звіт про науково-дослідну роботу / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В. ; ДУ «Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/zvit-po-NDP\\_viddil-prompolitiki\\_sajt\\_2016.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/zvit-po-NDP_viddil-prompolitiki_sajt_2016.pdf)
6. Нечепуренко Д. С. Концептуальні підходи до оптимізації систем управління підприємствами машинобудування в умовах зміни векторів розвитку економіки України / Д.С. Нечепуренко // Економічний форум. – 2016. – №1. – С. 185-189.
7. Свеженцев О. О. Перспективи розвитку машинобудівної галузі України: формування нової концепції промислової політики / О. О. Свеженцев // Управління розвитком. – 2016. – № 2 (184). – С. 12-19.

## References

1. Bogdan Danilishin. Jak Ukraïni povernutisja v klub promislovo rozvinenih kraïn [Elektronnij resurs] / Bogdan Danilishin. – Rezhim dostupu: [https://dt.ua/promyshliennost/yak-ukrayini-povernutisya-v-klub-promislovo-rozvinenih-krayin-262070\\_.html](https://dt.ua/promyshliennost/yak-ukrayini-povernutisya-v-klub-promislovo-rozvinenih-krayin-262070_.html)
2. Ivanov Є.І. Destrktivni faktori vplivu zovnishn'oi torgivli na makroekonomichnu stabil'nist' ekonomiki Ukraïni / Є.І. Ivanov // Naukovij visnik Mizhnarodnogo humanitarnogo universitetu, 2015. – Vip. 13. – S. 14-17.
3. Klasifikacija vidiv ekonomichnoï dijalnosti DK 009:2010 [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
4. Ministerstvo ekonomichnogo rozvitku ta torgivli Ukraïni. Zvit pro dijalnist' u 2017 roci [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [file:///D:/Download/Zvit\\_2017%20\(1\).pdf](file:///D:/Download/Zvit_2017%20(1).pdf)

---

5. Neoindustrial'na transformacija promislivogo potencialu Ukraïni: zvit pro naukovo-doslidnu robotu / za red. d-ra ekon. nauk Dejneko L.V. ; DU «Institut ekonomiki ta prognozuvannja Nacional'noï akademii nauk Ukraïni» [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/zvit-po-NDR\\_viddil-prompolitiki\\_sajt\\_2016.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/zvit-po-NDR_viddil-prompolitiki_sajt_2016.pdf)

6. Nechepurenko D. S. Konceptual'ni pidhodi do optimizacii sistem upravlinnja pidpriemstvami mashinobuduvannja v umovah zmini vektoriv rozvitku ekonomiki Ukraïni / D.S. Nechepurenko // Ekonomichnij forum. – 2016. – №1. – S. 185-189.

7. Svezhencev O. O. Perspektivi rozvitku mashinobudivnoï galuzi Ukraïni: formuvannja novoï koncepcii promislivoï politiki / O. O. Svezhencev // Upravlinja rozvitkom.– 2016. – № 2 (184). – S. 12-19.

Рецензія/Peer review : 07.11.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 005.95:005.336.1:338.439.4

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-126-131

КРИЛОВ Д.В., ЗІНОВСЬКА С.І.,  
Запорізький національний університет

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

*В статті досліджено результативність використання персоналу на підприємствах харчової промисловості. Зокрема, проведено ґрунтовний аналіз обраних показників на підприємствах, таких як: рівень освіти та рух персоналу; показники фінансово-економічної діяльності; показники використання персоналу. Проведений аналіз дозволив відзначити, охарактеризувати ситуацію на підприємствах харчової промисловості та зробити висновки щодо загальної ситуації використання персоналу. Визначено причини, які обумовили зниження чи зростання проаналізованих показників, запропоновано напрями покращення використання персоналу. За результатами дослідження обґрунтовано доцільність проведення управління працівниками та з'ясовано переваги для підприємств харчової промисловості.*

*Ключові слова: персонал, ефективність, управління, використання персоналу, трудові ресурси, результативність управління персоналом, підприємства харчової промисловості.*

KRILOV D., ZINOVSKA S.  
Zaporizhia National University

## EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF STAFFING AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES AND JUSTIFYING THE FEASIBILITY OF USING A MANAGEMENT SYSTEM

*The effective functioning of the food industry, the growth of their competitiveness, successful development depend on the provision of labor resources, as well as on the rational use and management of workers. Therefore, taking into account and meeting the needs of employees, increasing wages, paying bonuses, creating appropriate working conditions, adjusting the socio-psychological climate in the team, spending money on development and training of employees are factors influencing performance, prosperity. At the same time, the use of personnel will be effective provided the system of management, adjustment, control, planning, organization of work. Therefore, along with the use of personnel, it is advisable to manage them to increase the performance of enterprises. In general, to determine the ways of rational use of staff, it is advisable to investigate the reasons for the decrease in efficiency and identify reserves for its improvement, as well as to consider the rationality of the management process.*

*The article investigates the effectiveness of the use of personnel at food industry enterprises. In particular, a thorough analysis of selected indicators at enterprises was conducted, such as: level of education and staff turnover; indicators of financial and economic activity; indicators of staff use. The conducted analysis allowed to note, characterize the situation at food industry enterprises and draw conclusions about the general situation of personnel use. The reasons that led to decrease or growth of analyzed indicators were determined, directions of improvement of personnel use were suggested. The results of the research substantiated the feasibility of managing employees and found advantages for food industry enterprises.*

*Key words: personnel, efficiency, management, staff use, workforce, the effectiveness of personnel management, enterprises of the food industry.*

**Постановка проблеми.** Ефективне функціонування підприємств харчової промисловості, зростання їх конкурентоспроможності, успішний розвиток залежать від забезпеченості трудовими ресурсами, а також від раціонального використання працівників та управління ними. Тому врахування і задоволення потреб працівників, підвищення оплати праці, виплата премій, створення належних умов роботи, коригування соціально-психологічного клімату в колективі, витрачання коштів на розвиток та навчання працівників є чинниками, що впливають на результати діяльності, процвітання підприємств. Одночасно, використання персоналу буде ефективним за умов застосування системи управління, коригування, контролю, планування, організації роботи працівників. Отже, поряд з використанням персоналу доцільно здійснювати управління ними для зростання результатів діяльності підприємств. В цілому, для визначення шляхів раціонального використання персоналу доцільно дослідити причини зниження ефективності та виявити резерви її підвищення, а також розглянути раціональність процесу управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема ефективного використання та управління персоналом розкрита в роботах таких вчених: Волощук Г.О., Новойтенко І.В. [1], Гризовська Л.О. [2, с. 15-18], Єгорова О.В. [3], Касич А.О., Черняхівська М.В., Мірошніченко А.М. [4, с. 36-39], Малецька О.І. [5], Малюк С.О. [6], Мороз О.В., Міронова Ю.В., Грабовецький Б.С. [7], Осіпова А.Ю. [8, с. 126-129], Посилаєва К.І., Чернякова В.О. [10, с. 241-243], Ровенська В.В. [11, с. 216-219], Соловйов І.О., Федорова Т.В. [12, с. 353-356], Череп А.В., Сьомченко В.В. [13, с. 348-350], Шахно А.Ю., Лашкун Г.А., Голобородько Б.Ю. [14, с. 240-244], Шило Л.А., Пікуліна Н.Ю., Кіржа Х.Ю. [15, с. 97-99].

Проте, в умовах нестабільності фінансово-економічного стану в країні, погіршення функціонування

підприємств відбувається зниження рівня кваліфікації працівників, виїзд за кордон, погіршення якості робочої сили, невдоволення рівнем оплати праці, звільнення персоналу. Тому, питання оцінки ефективності використання персоналу на підприємствах харчової промисловості потребує додаткового дослідження.

**Виділення невірних раніше частин загальної проблеми.** Раціональне використання персоналу на підприємстві сприяє зростанню розміру прибутку, обсягів виробництва та реалізації продукції, зниженню собівартості продукції, налагодженню виробничо-господарської діяльності та розвитку в цілому. Тому, в умовах конкурентної боротьби, особливого значення набуває проблема раціонального управління та використання персоналу, підвищення його ефективності, що впливає на формування конкурентних переваг. Тому досить актуальним є питання визначення причин погіршення ефективності використання персоналу, розробки рекомендацій до його покращення, створення умов до впровадження системи управління, виявлення резервів до зростання результативності управління.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз ефективності використання персоналу, визначення проблем у функціонуванні підприємств харчової промисловості, обґрунтування необхідності управління персоналом.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На підприємствах харчової промисловості сформувалася неоднозначна ситуація щодо забезпеченості персоналом та рівня оплати праці. Тому, було проаналізовано показники економічної діяльності та показники ефективності використання персоналу для з'ясування руху робочої сили, рівня освіти працівників, фінансового забезпечення оплати праці, причин скорочення чи зростання загальної чисельності персоналу, ефективності управління персоналом та встановлення доцільності підвищення чи стабілізації управління персоналом.

Основні показники, що характеризують рівень освіти та динаміку руху персоналу по ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» наведено в табл. 1. Як видно з таблиці на підприємстві спостерігається динаміка до зменшення числа звільнених працівників у 2016-2017 рр., оскільки чисельність звільнених працівників у 2017 р. скоротилося на 2 особи (20%) у порівнянні з 2016 р. Число прийнятих працівників за 2017 р. становило 7 осіб та у 2016 р. – 8 осіб, тобто також відбулося скорочення. Звільнення працівників обумовлено організаційними змінами на підприємстві та плинністю кадрів. Водночас, на підприємстві відбувається поступове збільшення чисельності працівників з вищою освітою, адже у 2017 р. було отримано такі показники: чисельність керівників з вищою освітою виросла на 1 особу (1,75%) в порівнянні з 2016 р.; чисельність управлінського персоналу з вищою освітою збільшилася на 1 особу порівняно з 2016 р.; чисельність робітників з вищою освітою виросла на 4 особи порівняно з 2016 р. (табл. 1). Зростання за 2017 р. чисельності співробітників з вищою освітою є підтвердженням покращення розвитку персоналу, підвищення кваліфікації персоналу, рівня перепідготовки та навчання новим професіям, що активно проводиться на підприємстві.

Таблиця 1

**Аналіз рівня освіти та руху персоналу по  
ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» у 2013-2017 рр.**

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Керівники, які мають вищу освіту	44	55	57	57	58
Управлінський персонал, який має вищу освіту	29	45	42	39	40
Робітники, які мають вищу освіту	550	552	560	567	571
Звільнено співробітників	12	7	19	10	8
Прийнято співробітників	31	54	10	8	7
Переміщено співробітників	20	24	25	18	21
Показники	Абс. відхил., 2017 р.				
	2013	2014	2015	2016	
Керівники, які мають вищу освіту	14	3	1	1	
Управлінський персонал, який має вищу освіту	11	-5	-2	1	
Робітники, які мають вищу освіту	21	19	11	4	
Звільнено співробітників	-4	1	-11	-2	
Прийнято співробітників	-24	-47	-3	-1	
Переміщено співробітників	1	-3	-4	3	
Показники	Відн. відхил., 2017 р.				
	2013	2014	2015	2016	
Керівники, які мають вищу освіту	31,82	5,45	1,75	1,75	
Управлінський персонал, який має вищу освіту	37,93	-11,11	-4,76	2,56	
Робітники, які мають вищу освіту	3,82	3,44	1,96	0,71	
Звільнено співробітників	-33,33	14,29	-57,89	-20,00	
Прийнято співробітників	-77,42	-87,04	-30,00	-12,50	
Переміщено співробітників	5,00	-12,50	-16,00	16,67	

Примітка: складено автором на основі [9]

Визначивши плінність кадрів слід з'ясувати причини такої динаміки, тобто дослідити фінансово-економічну діяльність та розрахувати показники ефективності використання персоналу ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод». Аналіз показників фінансово-економічної діяльності підприємства за період 2013-2017 рр. наведено в табл. 2. Дослідження показало, що на підприємстві за 2013-2017 рр. зростають витрати на оплату праці, тобто у 2013 р. вони становили 35794 тис. грн. та у 2017 р. – 81731 тис. грн. В цілому, зростання витрат на оплату праці за 2017 р. порівняно з 2016 р. становило 7903 тис. грн. (10,70%), відносно 2015 р. – 23026 тис. грн. (39,22%). Позитивні зміни відбулися щодо фонду оплати праці, який за аналізований період виріс на 1180 тис. грн. (16,01%) порівняно з 2016 р. Також, керівництво підприємства зацікавлене в задоволенні потреб працівників та зниженні рівня плінності кадрів, зростанні обсягів виробництва та збуту продукції, тому заробітна плата робітників та керівництва за 2013-2017 рр. непинно росте та у 2017 р. проти 2016 р. відбулося підвищення на 1043 грн. (17,01%) та відповідно на 1122 грн. (9,52%) (табл. 2). Також на підприємстві впроваджуються методи стимулювання персоналу, оскільки у 2017 р. порівняно з 2016 р. виросли відрахування на соціальні заходи на 2174 тис. грн. (14,32%). Зростання фонду оплати праці, середньої заробітної плати, витрат на оплату праці, відрахувань на соціальні заходи пояснюється отриманням у 2017 р. прибутку, адже за 2016 р. діяльність була збитковою та зростанням доходу від реалізації продукції порівняно з 2016 р. на 637965 тис. грн. (25,78%). Отже, ми бачимо покращення фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» у 2017 р. та створення умов для розвитку і раціонального використання персоналу.

Таблиця 2

**Динаміка узагальнених показників фінансово-економічної діяльності по ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» у 2013-2017 рр.**

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Розмір фонду оплати праці (тис. грн.)	34337	44343,2	59888,3	7371	8551
Середня заробітна плата керівництва (грн./міс.)	8125	9783	10452	11780	12902
Середня заробітна плата робітників (грн./міс.)	3200	4082	5451	6130	7173
Витрати на оплату праці (тис. грн.)	35794	46393	58705	73828	81731
Відрахування на соціальні заходи (тис. грн.)	12407	15380	15562	15179	17353
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (тис. грн.)	1116123	1617109	2663399	2474272	3112237
Чистий фінансовий результат: прибуток/збиток (тис. грн.)	37412	-12421	132378	-16892	17237
Показники	Абс. відхил., 2017 р.				
	2013	2014	2015	2016	
Розмір фонду оплати праці (тис. грн.)	-25786	-35792,2	-51337,3	1180	
Середня заробітна плата керівництва (грн./міс.)	4777	3119	2450	1122	
Середня заробітна плата робітників (грн./міс.)	3973	3091	1722	1043	
Витрати на оплату праці (тис. грн.)	45937	35338	23026	7903	
Відрахування на соціальні заходи (тис. грн.)	4946	1973	1791	2174	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (тис. грн.)	1996114	1495128	448838	637965	
Чистий фінансовий результат: прибуток/збиток (тис. грн.)	-20175	4816	-115141	345	
Показники	Відн. відхил., 2017 р.				
	2013	2014	2015	2016	
Розмір фонду оплати праці (тис. грн.)	-75,10	-80,72	-85,72	16,01	
Середня заробітна плата керівництва (грн./міс.)	58,79	31,88	23,44	9,52	
Середня заробітна плата робітників (грн./міс.)	124,16	75,72	31,59	17,01	
Витрати на оплату праці (тис. грн.)	128,34	76,17	39,22	10,70	
Відрахування на соціальні заходи (тис. грн.)	39,86	12,83	11,51	14,32	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (тис. грн.)	178,84	92,46	16,85	25,78	
Чистий фінансовий результат: прибуток/збиток (тис. грн.)	-53,93	38,77	-86,98	2,04	

Примітка: складено автором на основі [9]

Далі було розраховано показники ефективності використання персоналу ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» (табл. 3). Спостерігається тенденція до зростання у 2017 р. собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 667087 тис. грн. (31,02%), обсягу готової продукції на 7263 тис. грн. (2,67%), скорочення обсягу товарів на 39444 тис. грн. (97,57%) у порівнянні з 2016 р. Серед показників ефективності використання персоналу на підприємстві у 2017 р. порівняно з 2016 р. сформувалася така динаміка: продуктивність праці виросла на 2,79%; коефіцієнт прийому кадрів скоротився на 0,11%; коефіцієнт звільнення



кадрів (вибуття) знизився на 0,23%; коефіцієнт загального обороту кадрів знизився на 0,34%; коефіцієнт плинності кадрів скоротився на 0,11%; коефіцієнт стабільності вирів на 0,82%; коефіцієнт відновлення кадрів підвищився на 9,37%; коефіцієнт використання робочого часу вирів на 1,07%; частота виробничого травматизму знизилася на 1,65%; частка витрат на оплату праці у загальних витратах на виробництво продукції знизилася на 15,50% (табл. 3). Динаміка проаналізованих показників є підтвердженням того, що на підприємстві доцільно більше витратити коштів на розвиток, оплату праці персоналу, адже відбувається зростання продуктивності праці, робочого часу та для збільшення чисельності співробітників. В цілому, на підприємстві використання персоналу є ефективним та спостерігається динаміка до покращення.

Відповідно до отриманих результатів слід зазначити, що на ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» відбулося покращення, тобто витрачання коштів на персонал, фінансування оплати праці є ефективним та вони забезпечені трудовими ресурсами за 2017 р. Одночасно, для покращення, підвищення рівня ефективності використання персоналу слід здійснити управління персоналом, впровадити систему управління, що дозволить підвищити рівень прибутковості. Здійснення управління персоналом дасть змогу покращити використання персоналу, підвищити рівень конкурентоспроможності. При цьому, за умови управління персоналом доцільним є здійснення таких заходів: покращення мотивації працівників; забезпечення кар'єрного зростання працівників; створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; сприяння розвитку та навчання працівників; підвищення організаційної культури; підвищення оплати праці; створення спеціального підрозділу по управлінню використанням працівників; коригування правил трудового розпорядку; створення безпечних умов праці та оснащення робочих місць сучасним обладнанням; врахування потреб працівників та розвиток їх потенціалу; інформаційне забезпечення працівників. Проведення управління персоналом сприятиме зростанню показників господарської діяльності підприємства та зміцненню позицій на майбутнє.

Таблиця 3

**Показники використання персоналу по  
ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» у 2013-2017 рр.**

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (тис. грн.)	980344	1209918	2213918	2150785	2817872
Готова продукція (тис. грн.)	114533	149139	272984	272169	279432
Товари (тис. грн.)	2514	1789	243	40425	981
Частка витрат на оплату праці у загальних витратах на виробництво продукції (%)	3,65	3,83	2,65	3,43	2,90
Продуктивність праці (тис. грн./чол.)	137,33	169,28	313,06	312,84	321,56
Коефіцієнт прийому кадрів (%)	3,72	6,13	1,15	0,92	0,81
Коефіцієнт звільнення кадрів (вибуття) (%)	1,44	0,79	2,18	1,15	0,92
Коефіцієнт загального обороту кадрів (%)	5,16	6,92	3,33	2,07	1,73
Коефіцієнт плинності кадрів (%)	4,44	5,33	4,59	2,99	2,88
Коефіцієнт стабільності (%)	0,66	0,63	0,64	0,65	0,66
Коефіцієнт відновлення кадрів (%)	2,58	7,71	0,53	0,80	0,88
Коефіцієнт використання робочого часу (%)	80,00	82,02	83,12	84,17	85,07
Рентабельність витрат на розвиток персоналу (%)	2,71	-0,43	2,70	-0,36	0,35
Рентабельність управління використанням персоналу (%)	44,86	-14,10	151,81	-19,42	19,84
Частота виробничого травматизму (%)	8,10	6,67	7,27	7,57	7,69

Примітка: складено автором на основі [9]

**Висновки.** В сучасних умовах господарювання на підприємствах харчової промисловості склалася неоднозначна ситуація щодо ефективності використання персоналу. За результатами аналізу ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» було з'ясовано, що спостерігається покращення використання персоналу та створюються належні умови для роботи працівників. Одночасно, доречно покращити процес управління персоналом для більш продуктивного використання персоналу та зростання фінансово-господарської діяльності. Тому для подальшого зростання прибутковості діяльності на підприємстві доцільним є вдосконалення управління персоналом, що дасть змогу розвиватися в майбутньому.

#### Література

1. Волощук, Г.О. та Новойтенко, І.В., 2012. Методичні підходи до оцінки ефективності використання трудового потенціалу підприємства. Наукові праці Національного університету харчових технологій, [online] № 46, с. 131-135. Доступно:

- <<http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/4004>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
2. Гризовська, Л.О., 2014. Формування методичних підходів до оцінки ефективності систем розвитку персоналу інноваційно активних промислових підприємств. Економічний аналіз: зб. наук. праць, [online] Т. 15, № 3, с. 12-20. Доступно: <[http://econa.tneu.edu.ua/index.php/econa/article/view/1561/pdf\\_71](http://econa.tneu.edu.ua/index.php/econa/article/view/1561/pdf_71)> [Дата звернення 18 Вересень 2018].
  3. Єгорова, О.В., 2017. Вектори аналізу використання персоналу сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка, [online] № 12. Доступно: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5978>> [Дата звернення 18 Вересень 2018].
  4. Касич, А.О., Черняхівська, М.В. та Мірошніченко, А.М., 2018. Сучасні методичні підходи до аналізу використання персоналу підприємства. Фінансовий простір: міжнародний науково-практичний журнал, [online] № 3 (31), с. 35-40. Доступно: <<https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1803/18kaovpp.pdf>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  5. Малецька, О.І., 2013. Облік персоналу підприємств: методичні основи дослідження процесу формування і використання. Демократичне врядування: науковий вісник, [online] Вип. 12. Доступно: <[http://lvivacademy.com/vidavnistvo\\_1/visnik12/fail/Maletska.pdf](http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik12/fail/Maletska.pdf)> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  6. Малуєк, С.О. 2015. Ресурси аграрного сектору економіки та їх використання на підприємствах сільських територій: монографія. Миколаїв: Ліон, 210 с.
  7. Мороз, О.В., Міронова, Ю.В. та Грабовецький, Б.Є. 2013. Ефективність праці у моделях розвитку підприємств: монографія. Вінниця: ВНТУ, 192 с.
  8. Осіпова, А.Ю., 2014. Проблеми ефективного використання персоналу підприємств легкої промисловості вінниччини в умовах глобалізації конкуренції. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки, №1, с. 124-131.
  9. Офіційний сайт ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод». [online] Доступно: <<http://mezpology.zp.ua/home>> [Дата звернення 08 Жовтень 2018].
  10. Посилаєва, К.І. та Чернякова, В.О., 2010. Методичні підходи оцінки ефективності використання персоналу у сільськогосподарських підприємствах. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького, [online] Т. 12, № 3(45), Ч. 5, с. 240-244. Доступно: <<https://cyberleninka.ru/article/n/metodichni-pidhodi-otsinki-efektivnosti-vikoristannya-personalu-u-silskogospodarskih-pidpriemstvah>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  11. Ровенська, В.В., 2014. Оцінка формування та використання трудового потенціалу промислового підприємства. Економіка і організація управління, [online] Вип. 3(19)-4(20), с. 215-220. Доступно: <<http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/1114>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  12. Соловійов, І.О. та Федорова, Т.В., 2013. Підвищення ефективності системи управління персоналом на підприємствах аграрного сектору. Таврійський науковий вісник. Економічні науки, [online] № 84, с. 352-357. Доступно: <[http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/84\\_2013/70.pdf](http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/84_2013/70.pdf)> [Дата звернення 18 Вересень 2018].
  13. Череп, А.В. та Сьомченко, В.В., 2010. Методичні основи оцінки ефективності використання трудових ресурсів на підприємствах харчової промисловості. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, [online] № 4(54), с. 348-350. Доступно: <<http://ven.ztu.edu.ua/article/view/66478/62163>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  14. Шахно, А.Ю., Лашкун, Г.А. та Голобородько, Б.Ю., 2014. Основні напрямки підвищення ефективності праці трудових ресурсів підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць, [online] Т. 15, № 3, с. 237-245. Доступно: <<https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/387>> [Дата звернення 15 Листопад 2018].
  15. Шило, Л.А., Пікуліна, Н.Ю. та Кіржа, Х.Ю., 2017. Аналіз та оцінка ефективності діяльності управлінського персоналу підприємства. Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту», [online] Вип. 14, с. 97-102. Доступно: <[http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILEA=&2\\_S21STR=znpdnuzt\\_pet\\_2017\\_14\\_13](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=znpdnuzt_pet_2017_14_13)> [Дата звернення 15 Листопад 2018].

## References

1. Voloshuk, G.O. та Novojtenko, I.V., 2012. Metodichni pidhodi do ocinki effektivnosti vikoristannya trudovogo potencialu pidpriemstva. Naukovi pracі Nacionalnogo universitetu harchovih tehnologij, [online] № 46, s. 131-135. Dostupno: <<http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/4004>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].
2. Grizovska, L.O., 2014. Formuvannya metodichnih pidhodiv do ocinki effektivnosti sistem rozvitku personalu innovacijno aktivnih promislovih pidpriemstv. Ekonomichnij analiz: zb. nauk. prac, [online] Т. 15, № 3, с. 12-20. Dostupno: <[http://econa.tneu.edu.ua/index.php/econa/article/view/1561/pdf\\_71](http://econa.tneu.edu.ua/index.php/econa/article/view/1561/pdf_71)> [Data zvernennya 18 Veresen 2018].
3. Yegorova, O.V., 2017. Vektori analizu vikoristannya personalu silskogospodarskih pidpriemstv. Efektivna ekonomika, [online] № 12. Dostupno: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5978>> [Data zvernennya 18 Veresen 2018].
4. Kasich, A.O., Chernyahovska, M.V. та Miroshnichenko, A.M., 2018. Suchasni metodichni pidhodi do analizu vikoristannya personalu pidpriemstva. Finansovij prostir: mizhnarodnij naukovopraktichnij zhurnal, [online] № 3 (31), s. 35-40. Dostupno: <<https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1803/18kaovpp.pdf>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].
5. Malecka, O.I., 2013. Oblik personalu pidpriemstv: metodichni osnovi doslidzhennya procesu formuvannya i vikoristannya. Demokratichne vryaduvannya: naukovij visnik, [online] Vip. 12. Dostupno: <[http://lvivacademy.com/vidavnistvo\\_1/visnik12/fail/Maletska.pdf](http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik12/fail/Maletska.pdf)> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].
6. Malyuk, S.O. 2015. Resursi agrarnogo sektoru ekonomiki ta yih vikoristannya na pidpriemstvah silskih teritorij: monografiya. Mikolayiv: Ilion, 210 s.
7. Moroz, O.V., Mironova, Yu.V. та Graboveckij, B.Ye. 2013. Efektivnist pracі u modelyah rozvitku pidpriemstv: monografiya. Vinnicya: VNTU, 192 s.
8. Osipova, A.Yu., 2014. Problemi effektivnogo vikoristannya personalu pidpriemstv legkoyi promislivosti vinnichchini v umovah globalizaciyi konkurenciyi. Zbirmik naukovih prac VNAU. Seriya: Ekonomichni nauki, №1, s. 124-131.
9. Oficijnij sajт PrAT «Pologivskij olijnoekstrakcijnij zavod». [online] Dostupno: <<http://mezpology.zp.ua/home>> [Data zvernennya 08 Zhovten 2018].
10. Posilayeva, K.I. та Chernyakova, V.O., 2010. Metodichni pidhodi ocinki effektivnosti vikoristannya personalu u silskogospodarskih pidpriemstvah. Naukovij visnik Lvivskogo nacionalnogo universitetu veterinarnoyi medicini ta biotehnologij imeni S.Z. Gzhickogo, [online] Т. 12, № 3(45), Ch. 5, s. 240-244. Dostupno: <<https://cyberleninka.ru/article/n/metodichni-pidhodi-otsinki-efektivnosti-vikoristannya-personalu-u-silskogospodarskih-pidpriemstvah>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].
11. Rovenska, V.V., 2014. Ocinka formuvannya ta vikoristannya trudovogo potencialu promislivogo pidpriemstva. Ekonomika i organizaciya upravlinnya, [online] Vip. 3(19)-4(20), s. 215-220. Dostupno: <<http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/1114>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].
12. Solovjov, I.O. та Fedorova, T.V., 2013. Pidvishennya effektivnosti sistemi upravlinnya personalom na pidpriemstvah agrarnogo sektoru. Tavrijskij naukovij visnik. Ekonomichni nauki, [online] № 84, s. 352-357. Dostupno: <[http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/84\\_2013/70.pdf](http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/84_2013/70.pdf)> [Data zvernennya 18 Veresen 2018].
13. Cherep, A.V. та Somchenko, V.V., 2010. Metodichni osnovi ocinki effektivnosti vikoristannya trudovih resursiv na pidpriemstvah

---

harchovoyi promislivosti. Visnik Zhitomirskogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu. Seriya: Ekonomichni nauki, [online] № 4(54), s. 348-350. Dostupno: <<http://ven.ztu.edu.ua/article/view/66478/62163>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].

14. Shahno, A.Yu., Lashkun, G.A. ta Goloborodko, B.Yu., 2014. Osnovni napryamki pidvishennya efekтивности praci trudovih resursiv pidpriemstva. Ekonomichnij analiz: zb. nauk. prac, [online] T. 15, № 3, s. 237-245. Dostupno: <<https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/387>> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].

15. Shilo, L.A., Pikulina, N.Yu. ta Kirzha, H.Yu., 2017. Analiz ta ocinka efekтивности diyalnosti upravlinskogo personalu pidpriemstva. Zbirnik naukovih prac Dnipropetrovskogo nacionalnogo universitetu zaliznichnogo transportu imeni akademika V. Lazaryana «Problemi ekonomiki transportu», [online] Vip. 14, s. 97-102. Dostupno: <[http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=znpdnuzt\\_pet\\_2017\\_14\\_13](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=znpdnuzt_pet_2017_14_13)> [Data zvernennya 15 Listopad 2018].

Рецензія/Peer review : 07.11.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК : 005.336.1:334.716

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-132-137

ЛОЗИЧЕНКО О. М.

Запорізький національний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШКАЛИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проведено дослідження маркетингового, інноваційного, соціального, виробничого, фінансово-економічного, комерційного ефекту та ефективності інформаційної діяльності характерних для системи управління в контексті інформаційного забезпечення. Визначено специфіку аналізу кожного виду ефекту та необхідні інформаційних даних для оцінювання ефектів. Обґрунтовано доцільність удосконалення шкали оцінювання стану ефективності управління діяльністю промислових підприємств та інформаційного забезпечення. З'ясовано, що використання шкали дасть змогу ідентифікувати незадовільний, низький, нормальний, високий рівні та визначити загальний рівень ефективності для кожного виду ефекту системи управління, а також загальний рівень ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення. Використання шкали на підприємствах дозволить інтерпретувати отримані результати, сформулювати напрями зростання управління діяльністю та шляхи покращення інформаційного забезпечення, що вплине на функціонування промислових підприємств та показники їх діяльності.

Ключові слова: управління діяльністю, ефективність, інформаційне забезпечення, інформація, шкала оцінювання, система управління, види ефектів.

LOZYCHENKO O.

Zaporizhia National University

## FEATURES OF USING A SCALE FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT ACTIVITIES AND INFORMATION PROVISION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

In today's conditions, every industrial enterprise seeks to function effectively, increase performance, but is constantly affected by external and internal factors. For timely analysis and identification of impact factors, it is advisable to receive, process and transmit information data in a timely manner. Adequacy of information support is also important for the implementation of management activities, because it depends on the success of all activities of the enterprise, the level of competitiveness, the results of financial and economic activities and future development.

Therefore, there is a need not only for effective management of the enterprise, but also for sufficient information support, as well as the use of management system to organize the management process. The application of the management system in the context of information support will allow to establish management of all areas of activity, to achieve a certain level of efficiency. There is a need for a more thorough study of the level of effectiveness of business management and information support to identify areas for improvement in the management process.

The article deals with the research of marketing, innovation, social, production, financial-economic, commercial effect and effectiveness of information activities characteristic for the management system in the context of information provision. The specifics of the analysis of each type of effect and the necessary information for the evaluation of the effects are determined. The expediency of improving the scale of evaluation of the state of efficiency of management of the activity of industrial enterprises and information support is substantiated. It has been found that using the scale will identify poor, low, normal, high levels and determine the overall level of efficiency for each type of management effect, as well as the overall level of performance management and information provision. The use of the scale at the enterprises will allow to interpret the results obtained, form the direction of increasing the management of activities and ways to improve information provision, which will affect the functioning of industrial enterprises and indicators of their activities.

Key words: performance management, efficiency, information support, information, evaluation scale, management system, types of effects.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення кожне промислове підприємство прагне ефективно функціонувати, нарощувати показники діяльності, але зазнає постійного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Для своєчасного аналізу та виявлення чинників впливу доцільно своєчасно отримувати, обробляти та передавати інформаційні дані. Достатність інформаційного забезпечення також важлива для здійснення управлінської діяльності, адже від цього залежить успішність роботи всіх напрямів діяльності підприємства, рівень конкурентоспроможності, результати фінансово-господарської діяльності та розвиток в майбутньому. Тому існує потреба не лише у ефективному управлінні діяльністю підприємства, але й у достатньому інформаційному забезпеченні, а також використанні системи управління для організації самого процесу управління. Застосування системи управління в контексті інформаційного забезпечення дасть змогу налагодити управління всіма напрямками діяльності, досягнути певного рівня ефективності. Існує потреба у більш ґрунтовному дослідженні рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення для визначення напрямів покращення процесу управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Чимало вчених дослідили інформаційне забезпечення, використання інформаційних даних, достатність інформації для управління, особливості управлінської діяльності: Боженко О.М. [1]; Ващенко Л.О. [2]; Вольська О.М., Миколайчук Н.С. [3]; Гринчак О.В., Давлетханова О.Х., Миколайчук Я.Л. [4]; Дудукало Г.О. [5]; Квятковська Л.А., Воробйова Л.Д. [6]; Колесник В.М., Суслова А.Ю. [7]; Лапін А.В. [8]; Лісовський І.В. [9]; Мандражи З.Р. [10]; Орлова Н.С., Мохова Ю.Л. [11]; Титаренко І.В. [12].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** На промислових підприємствах доцільним є використання системи управління в контексті інформаційного забезпечення, що дозволить досягнути маркетингового, інноваційного, соціального, виробничого, фінансово-економічного, комерційного ефекту та ефективності інформаційної діяльності. Залишається не дослідженим питання щодо здійснення оцінки можливих рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення за результатами використання системи управління, визначення порогових значень для кожного рівня та напрямів покращення процесу управління.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз підходів до оцінки системи управління та можливих видів ефекту; визначення ефектів системи управління в контексті інформаційного забезпечення; удосконалення шкали оцінювання стану ефективності управління діяльністю промислових підприємств та інформаційного забезпечення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Використання системи управління в контексті інформаційного забезпечення на промислових підприємствах дозволить досягнути маркетингового, інноваційного, соціального, виробничого, фінансово-економічного, комерційного ефекту та ефективності інформаційної діяльності. Дана система є доцільною для налагодження управлінської діяльності підприємства та забезпечення використання інформації в процесі управління.

Про ефективність системи управління в контексті інформаційного забезпечення свідчить досягнення таких видів ефекту: маркетинговий ефект – збирання та опрацювання інформації щодо ринків збуту продукції, рівня цін, попиту споживачів, рівня конкурентної боротьби, ефективності роботи постачальників, достатності сировини та матеріалів, потреби покупців у виробництві нового виду продукції, оновленні властивостей продукції, наявності контрактів на поставку продукції, ефективності рекламних заходів, процесу просування продукції споживачам та на основі цього визначається раціональність роботи маркетингового відділу, динаміка продажу продукції, отримана виручка від реалізації, розмір понесених витрат; інноваційний ефект – тобто передбачається дослідження ефективності впровадження сучасних методів управління, інформації щодо ринку інновацій, інноваційних розробок конкурентів, впровадження нового обладнання на підприємствах за кордоном, достатності інвестиційного капіталу для заміни спрацьованого обладнання, впровадження сучасних розробок, нововведень у виробництво та оцінюється загальний рівень інноваційності управління; комерційний ефект – аналіз інформаційних даних щодо обсягів збуту продукції, задоволення потреб клієнтів, злагоженості роботи системи транспортування товарів, поширення інформації про товар серед споживачів, асортименту продукції, формування та прогнозування попиту на товар, своєчасного обслуговування споживачів, роботи працівників, динаміки обсягів збуту продукції, потреб та вподобань покупців, управління збутом продукції, що є доцільним для оцінки отриманого прибутку, визначення ефективності прийнятих рішень, напрямів вдосконалення комерційної діяльності; виробничий ефект – передбачається обробка інформації щодо ефективності виробництва продукції, частки зношеного обладнання, впровадження сучасного устаткування, раціональності використання ресурсів, частки залишків нереалізованої продукції, рівня автоматизації та механізації виробничого процесу, якості продукції та дотримання норм, стандартів при її виготовленні, що дозволяє визначити ефективність організації виробництва та суму витрачених коштів, динаміку покриття понесених витрат, прибутковість діяльності; соціальний ефект – аналізується масив інформаційних даних про роботу кадрової служби, злагоженість роботи працівників, соціально-психологічний клімат в колективі, впровадження сучасних методів мотивації працівників, оснащення робочих місць сучасним обладнанням, співвідношення обсягу виробленої продукції та оплати праці, рівень кваліфікації та освіти працівників, частоту підвищення кваліфікації та перепідготовки, динаміку застосування адміністративних покарань, можливість кар'єрного зростання, що дасть змогу оцінити ефективність роботи персоналу, рівень продуктивності праці, обсяги виробництва, прибутковість діяльності; фінансово-економічний ефект – на підприємстві досліджується інформація про фінансове забезпечення, раціональність розподілу та використання ресурсів, достатність персоналу, напрями витрачання коштів, частку інвестиційних ресурсів, планування фінансової діяльності, рентабельність продукції, забезпеченість матеріалами, формування цін на продукцію, доцільність виробництва нового виду продукції, сум понесених витрат та отриманих доходів, результати виробничо-господарської діяльності, механізм оплати праці, ефективність діяльності, здійснення контролю за економічно діяльністю, що дозволить оцінити господарську діяльність, ефективність функціонування, раціональність прийняття управлінських рішень, визначити напрями покращення фінансової, економічної діяльності, системи господарювання; ефективність інформаційної діяльності – проводиться оцінка забезпеченості процесу управління інформаційними даними, раціональності їх використання та досліджується витрачання коштів на інформаційну діяльність, чисельність персоналу

інформаційного відділу, достатність технологічного, програмного забезпечення, забезпеченість робочих місць персональними комп'ютерами, витрачання часу на обробку інформації, раціональність обробки, використання, поширення, зберігання, передачі інформації, доступність даних для працівників, частка достовірних та застарілих інформаційних даних, рівень автоматизації виробництва, виконання завдань на підприємстві, а також приймається рішення щодо забезпеченості інформацією кожного виду ефекту у системі управління. Проведення аналізу кожного виду ефекту дозволить визначити результативність досліджуваної системи, достатність інформаційного забезпечення, ефективність управління діяльністю підприємства, стабільність функціонування.

Визначення наведених видів ефектів управління діяльністю та проведення відповідних розрахунків потребує уточнення рівня ефективності управління діяльністю в контексті інформаційного забезпечення, що можливо шляхом застосування шкали оцінювання. Тому, доцільно уточнити яким чином одержані результати можна інтерпретувати, тобто конкретизувати рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення.

З урахуванням отриманих результатів запропоновано для уточнення ефективності управління підприємством за результатами інформаційного забезпечення та ефективності системи управління використовувати шкалу оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств та інформаційного забезпечення. Використання шкали дозволить визначити рівень ефективності кожного елементу системи управління (видів ефекту), загальний рівень ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення на підприємстві, відобразити взаємозв'язок між інформаційною діяльністю та процесом управління, більш точно інтерпретувати отримані результати дослідження, визначити напрями зростання ефективності управління діяльністю та шляхи здійснення подальшої інформатизації функціонування підприємств, прийняття зважених управлінських рішень щодо здійснення управління та забезпечення інформацією, покращення роботи підприємств харчової промисловості.

Таблиця 1

**Шкала оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств харчової промисловості та інформаційного забезпечення**

Рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення	Порогові значення	Характеристика рівнів	Види ефектів від застосування системи управління та здійснення управління діяльністю
Незадовільний	0 – 0,25	Для підприємства характерною є ситуація погіршення управлінської діяльності, незабезпеченості інформаційними даними, низького рівня інформаційного забезпечення або його відсутності, погіршення всіх видів діяльності, наявності проблем у функціонуванні, спадна динаміка розвитку.	маркетинговий, інноваційний, комерційний, виробничий, соціальний, фінансово-економічний ефект, ефективність інформаційної діяльності та інтегральний показник
Низький	0,26 – 0,51	Характерним є тенденція до погіршення процесу управління, використання інформаційних даних та сигналами чого є зниження показників управлінської діяльності, перебої в передачі інформації та за умови невжиття відповідних заходів відбудеться перехід до незадовільного стану.	
Нормальний	0,52 – 0,77	Достатній рівень ефективності управління та інформатизації управлінської діяльності, відсутні ознаки погіршення, але існує потреба у зростанні показників.	
Високий	0,78 – 1	Характерні зростаюча ефективність управління діяльністю, основних напрямів діяльності та інформаційного забезпечення, напрями покращення не потрібні.	

Примітка: сформовано автором

На підставі врахування розрахункових значень кожного виду ефекту та інтегрального показника за аналізований період, значення яких перебуває в діапазоні від 0 до 1, нами запропоновано виокремити чотири рівні для отриманих значень аналізованих показників. Тому, шляхом врахування значень одержаних розрахунків нами наведено такі рівні для очікуваних значень показників: високий рівень – зростання ефективності управління та інформаційного забезпечення; нормальний рівень – ефективність управління є достатньою для подальшого функціонування підприємства та інформація є доступною для всіх структурних підрозділів; низький рівень – відбувається погіршення управління діяльністю, існує обмежений доступ до інформаційних даних, можливе скорочення результатів функціонування; незадовільний рівень – неефективне управління діяльністю, відсутність інформаційного забезпечення, незабезпеченість підприємства працівниками по роботі з інформаційними даними, погіршення розвитку. Використання наведеної шкали є доцільним на підприємствах харчової промисловості, адже вона дозволить ґрунтовно, точно, достовірно інтерпретувати результати дослідження. Шкала та межі порогових значень, характеристика рівнів, напрями покращення наведені в табл. 1-2.

Зростання рівня ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення відображає можливості підприємств до стабільного функціонування, подальшого розвитку управлінської діяльності, інформатизації та нижче значення рівня демонструє труднощі в управлінні підприємством, злагодженості роботи структурних підрозділів, використанні інформаційних даних, фінансово-господарській діяльності. На підставі дослідження шкали оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств та інформаційного забезпечення та систематизації результатів дослідження видно, що її можна використовувати на підприємствах харчової промисловості в якості методу визначення рівня ефективності управління, інформаційного забезпечення, уточнення одержаних результатів та керівництво може сформувати способи, шляхи, напрями зростання ефективності управлінської діяльності, розвитку інформаційного забезпечення, прийняття раціональних управлінських рішень щодо забезпечення інформацією процесу управління, відновлення ефективності всіх видів діяльності, стабільності функціонування. Представлені напрями покращення управління діяльністю та інформаційного забезпечення слід обирати в залежності від виявленого рівня ефективності та враховувати в роботі підприємств харчової промисловості при виборі способів зростання інформатизації управління підприємством, вдосконалення інформаційного забезпечення, автоматизації процесу управління підрозділами, прийняття технічних, адміністративних, кадрових, управлінських рішень, підвищення розвитку (табл. 2).

Таблиця 2

**Напрями покращення стану ефективності управління діяльністю підприємств харчової промисловості та інформаційного забезпечення**

<b>Рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення</b>	<b>Напрями покращення</b>
Незадовільний	Напрями покращення ситуації: розуміння керівництвом доцільності використання інформації в управлінні діяльністю; створення відділу інформаційного забезпечення; фінансування витрат на інформацію; організація та планування процесу управління, напрямів діяльності; заміна системи управління діяльністю; розробка та прийняття раціональних управлінських рішень щодо управлінської діяльності та процесу інформатизації; впровадження програмного забезпечення та інформаційних технологій; контроль за обробкою, використанням, поширенням, зберіганням інформації; підвищення швидкості обробки вхідної інформації та документації, передачі її відповідним структурним підрозділам; контроль за витрачанням коштів та процесом управління; автоматизація робочих місць менеджерів; запровадження системи внутрішнього контролю.
Низький	Напрями покращення ситуації: застосування світового досвіду щодо управління; покращення системи управління; підвищення ефективності кадрових, організаційних, технічних, управлінських рішень; автоматизація системи управління та впровадження обчислювальної техніки, інформаційних систем; покращення інформаційного забезпечення; інформатизація всіх напрямів діяльності; покращення організаційної структури управління; безперервне використання інформації.
Нормальний	Напрями покращення: коригування системи управління; розвиток інформаційної діяльності; підвищення інформатизації процесу управління; впровадження закордонної практики організації інформаційного забезпечення, інформаційних технологій; вдосконалення управління напрями діяльності.
Високий	Напрями покращення не потрібні.

Примітка: сформовано автором

Удосконалена шкала оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств та інформаційного забезпечення дозволить на промислових підприємствах визначити рівні ефективності управління діяльністю та інформаційного забезпечення, їх градацію відповідно до порогових значень, можливі види ефектів від управління, визначити проблеми в управлінській діяльності та сформулювати напрями її покращення. Визначивши ефекти від використання системи управління в контексті інформаційного забезпечення та їх рівень ефективності керівництво підприємства матиме змогу використати заходи до покращення процесу управління, використання інформації.

**Висновки і пропозиції.** Нами було досліджено можливі види ефектів від використання системи управління в контексті інформаційного забезпечення, такі як: маркетинговий, інноваційний, соціальний, виробничий, фінансово-економічний, комерційний ефект та ефективність інформаційної діяльності. Для оцінки рівня ефективності даних видів ефектів від застосування системи управління та здійснення управління діяльністю було запропоновано використовувати шкалу оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств та інформаційного забезпечення. Перевагою даної шкали є можливість для підприємства інтерпретувати види ефектів від застосування системи управління діяльністю, визначити слабкі сторони системи, використати напрями покращення процесу управління та інформаційного забезпечення, забезпечити підвищення ефективності системи.

Перспективою подальших досліджень є використання шкали оцінювання стану ефективності управління діяльністю підприємств та інформаційного забезпечення на обраних промислових підприємствах та розробка відповідних рекомендацій.

### Література

1. Боженко О.М. Інформаційне забезпечення управління потенціалом підприємства. Наукові записки. Економічні науки. 2016. № 2(53). С. 189-197.
2. Ващенко Л.О. Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств в сучасних умовах. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. Кіровоград, 2008. Вип. 14. С. 81-85.
3. Вольська О.М., Миколайчук Н.С. Інформаційне забезпечення як інструмент прогнозування та планування переходу до сталого розвитку підприємства. Економічні інновації: збірник наукових праць. 2013. Вип. 54. С. 34-42. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/72170>.
4. Гринчак О.В., Давлетханова О.Х., Миколайчук Я.Л. Оцінка інформаційно-комунікаційного забезпечення управління виробництвом у сільськогосподарських підприємствах. Економічний аналіз : зб. наук. праць. Тернопіль, 2015. Том 22. № 2. С. 61-67
5. Дудукало Г.О. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства. Ефективна економіка. 2012. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1031>.
6. Квятковська Л.А., Воробйова Л.Д. Комплексний підхід до оцінки ефективності управління підприємством. Вісник НТУ «ХП». 2013. № 50 (1023). С. 67-75.
7. Колесник В.М., Сулова А.Ю. 2015. Оцінка ефективності управління у сільськогосподарських підприємствах Арбузинського району Миколаївської області. Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання. 2015. Вип. 8. С. 1258-1264. URL: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015/16-vipusk-8-listopad-2015-r/1648-kolesnik-v-m-suslova-a-yu-otsinka-efektivnosti-upravlinnya-u-silskogospodarskikh-pidpriemstvakh-arbuzinskogo-rajonu-mikolajivskoj-oblasti>.
8. Лапін А.В. Інформаційне забезпечення вертикальної інтеграції підприємств аграрного сектора : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Житомир, 2015. 20 с.
9. Лісовський І.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління витратами промислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Херсон, 2016. 21 с.
10. Мандражи З.Р. Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством. Економічний аналіз: зб. наук. праць. 2015. Т. 20. С. 251-256. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/775>.
11. Орлова Н.С., Мохова Ю.Л. Впровадження інформаційних технологій в систему корпоративного управління. Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету. 2017. № 3. С. 355-365. URL: [http://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/102#\\_XDbtftszbIU](http://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/102#_XDbtftszbIU).
12. Титаренко І.В. Удосконалення процесу інформаційного забезпечення як інструменту ефективного управління підприємством. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2011. № 1(19). С. 349-353.

### References

1. Bozhenko O.M. Informacijne zabezpechennya upravlinnya potencialom pidpriyemstva. Naukovi zapiski. Ekonomichni nauki. 2016. № 2(53). S. 189-197.
2. Vashenko L.O. Informacijne zabezpechennya analizu finansovogo stanu pidpriyemstv v suchasnih umovah. Naukovi pracі Kirovogradskogo nacionalnogo tehničnogo universitetu. Ekonomichni nauki: zb. nauk. pr. Kirovograd, 2008. Vip. 14. S. 81-85.
3. Volska O.M., Mikolajchuk N.S. Informacijne zabezpechennya yak instrument prognozuvannya ta planuvannya perehodu do stalogo rozvitku pidpriyemstva. Ekonomichni innovaciyi: zbirnik naukovih prac. 2013. Vip. 54. S. 34-42. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/72170>.
4. Grinchak O.V., Davlethanova O.H., Mikolajchuk Ya.L. Ocinka informacijno-komunikacijnogo zabezpechennya upravlinnya virobnictvom u silskogospodarskikh pidpriyemstvah. Ekonomichnij analiz : zb. nauk. prac. Ternopil, 2015. Tom 22. № 2. S. 61-67
5. Dudukalo G.O. Analiz metodiv ocinyuvannya efektivnosti upravlinnya diyalnistyu pidpriyemstva. Efektivna ekonomika. 2012. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1031>.



- 
6. Kvyatkovska L.A., Vorobjova L.D. Kompleksnij pidhid do ocinki efektyvnosti upravlinnya pidpriemstvom. Visnik NTU «HPI». 2013. № 50 (1023). S. 67-75.
  7. Kolesnik V.M., Suslova A.Yu. 2015. Ocinka efektyvnosti upravlinnya u silskogospodarskih pidpriemstvakh Arbusinskogo rajonu Mikolajivskoyi oblasti. Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki: elektronne naukovе fahove vidannya. 2015. Vip. 8. S. 1258-1264. URL: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015/16-vipusk-8-listopad-2015-r/1648-kolesnik-v-m-suslova-a-yu-otsinka-efektyvnosti-upravlinnya-u-silskogospodarskikh-pidpriemstvakh-arbusinskogo-rajonu-mikolajivskoji-oblasti>.
  8. Lapin A.V. Informacijne zabezpechennya vertikalnoyi integraciji pidpriemstv agrarnogo sektora : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Zhitomir, 2015. 20 s.
  9. Lisovskij I.V. Informacijno-analichne zabezpechennya upravlinnya vitratami promislovih pidpriemstv : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Herson, 2016. 21 s.
  10. Mandrazhi Z.R. Informacijne zabezpechennya strategichnogo upravlinnya pidpriemstvom. Ekonomichnij analiz: zb. nauk. prac. 2015. T. 20. S. 251-256. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/775>.
  11. Orlova N.S., Mohova Yu.L. Vprovadzhennya informacijnih tehnologij v sistemu korporativnogo upravlinnya. Vidkrite osvityne e-seredovishe suchasnogo universitetu. 2017. № 3. S. 355-365. URL: <http://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/102#.XDbtftsZBIU>.
  12. Titarenko I.V. Udoskonalennya procesu informacijnogo zabezpechennya yak instrumentu efektyvnogo upravlinnya pidpriemstvom. Problemi teorii ta metodologiyi buhgalterskogo obliku, kontrolyu i analizu. 2011. № 1(19). S. 349-353.

Рецензія/Peer review : 03.11.2018    Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 65.012.22:338.432/658.3

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-138-143

КСЕНОФОНТОВ М.М.,

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м Київ

КАЧМАР О.В.,

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів та природокористування України,  
«Бережанський агротехнічний інститут», м. Бережани

БАКУН Ю.О.,

Національний університет біоресурсів та природокористування, м. Київ;

## ПРИНЦИПИ ТА КРИТЕРІАЛЬНІ ОЗНАКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*У статті доведено важливість приділення особливої уваги управлінню персоналом у контексті підвищення його ролі при розвитку сучасних економічних тенденцій. Звертається увага на доцільності запровадження диференційованого підходу до управління менеджерським та виробничим персоналом. Наголошується на важливості формування дієвої кадрової політики та організаційної культури сільськогосподарських підприємств з урахуванням виділених найбільш значущих у поточних умовах принципів та критеріальних ознак управління менеджерським та виробничим персоналом.*

*Ключові слова: сільськогосподарське підприємство, управлінський персонал, виробничий персонал, управління персоналом, принципи управління персоналом, критеріальні ознаки управління персоналом, конкурентоспроможність.*

KSENOFONTOV M.,

National Scientific Center „Institute of Agrarian Economics“, Kyiv

KACHMAR O.,

Separated subdivision of National University of Bioresources and Nature Management of Ukraine

“Berezhany Agrotechnical Institute”, Berezhany

BAKUN Y.,

National University of Bioresources and Nature Management of Ukraine, Kyiv

## PRINCIPLES AND CRITERIAL MARKS OF PERSONNEL MANAGEMENT AGRICULTURAL ENTERPRISES

*The importance of paying special attention to personnel management in the context of increasing its role in the development of current economic trends is proved in the article. Attention is drawn to the feasibility of introducing a differentiated approach to management of management and production personnel. The importance of forming an effective personnel policy and organizational culture of agricultural enterprises is emphasized, taking into account the principles and criteria that characterize the management and production personnel that are most important in the current conditions.*

*Keywords: agricultural enterprise, management personnel, production personnel, personnel management, principles of personnel management, criteria of personnel management, competitiveness.*

*Key words: agricultural enterprise, management personnel, production personnel, management of personnel, principles of personnel management, criteria features of personnel management, competitiveness*

**Постановка проблеми.** Кожний період економічного розвитку у будь-якій країні має свої особливості. Також своїми особливостями характеризується і робота суб'єктів господарювання різних галузей, зокрема сільського господарства. Для них важливим є врахування особливостей загальноекономічного та галузевого розвитку для забезпечення свого довгострокового функціонування на ринку.

Одним із значущих економічних процесів, особливості прояву якого, слід враховувати вітчизняним суб'єктам господарювання, є процес світової економічної глобалізації, що супроводжується суттєвим посиленням конкуренції на внутрішньому ринку. Одним із проявів даних процесів є посилення розвитку аграрних корпоративних структур в Україні. Складовою їхнього успіху є використання різних організаційних схем управління, можливостей фінансового і матеріально-технічного забезпечення через їхні іноземні підрозділи, поглибленої спеціалізації окремих працівників, що дає загальносистемний ефект на основі використання відповідних принципів управління. Розвиток процесів глобалізації веде до посилення тенденцій формування інноваційного суспільства, що супроводжується зміною ролі людини у господарських процесах та підвищенням вимог до її професійних та психологічних властивостей. За таких умов подальше стратегічне позиціонування малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників залежить від їхніх можливостей підвищення рівня конкурентоспроможності своєї продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, у тому числі і за рахунок приділення більшої уваги розвитку персоналу та пошуку можливостей підвищення конкурентоспроможності підприємств. У зв'язку із цим дослідження принципів управління персоналом у сільськогосподарських підприємствах характеризується актуальністю у поточних умовах реформування сільського господарства.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Дослідженню питань управління у суб'єктах господарювання та сільськогосподарських підприємствах значну увагу приділили

такі вчені як Балабанова Л.В., Сардак О.В. [1], Біттер О.А. [2], Брич В.Я. [3], Друкер П.Ф. [4], Іванько А. В. [5], Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Соколова Е.Э., Павлова О.С. [6], Коваленка Ю.С. [7], Кропивко М.Ф. [8], Крушельницька О.В. [9], Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. [10], О'Шонесси Дж. [11], Речка К. М. [12], Тэйлор Ф.У. [13], 14. Шпикуляк О.Г. [14] та багато інших.

З огляду на вищесказане проблема визначення найбільш значущих принципів управління менеджерським та виробничим персоналом у сільськогосподарських підприємствах є важливою у теоретичному та практичному відношенні.

**Мета статті** – визначення найбільш значущих принципів управління менеджерським та виробничим управління персоналом у сільськогосподарських підприємствах як основи посилення їхніх конкурентних позицій на ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Ефективність роботи суб'єктів господарювання, у тому числі і сільськогосподарських підприємств, визначається налагодженістю процесу господарського управління. Управління є загальним комплексним поняттям, що може розглядатись з різних аспектів. У якості предмета даної статті визначено принципи управління персоналом сільськогосподарських підприємств.

У будь-якому господарському процесі різною мірою здійснюється поєднання факторів виробництва: праці, землі, капіталу та підприємницької здібності. Це поєднання здійснюється безпосередньо персоналом суб'єктів господарювання, який переважною кількістю дослідників поділяється на три групи: власників, менеджерів та виробничий персонал. Без правової деталізації зазначимо, що власник має повний «пакет прав» – володіння, користування та розпорядження своїм підприємством. В цілому слід зазначити, що «підприємство» є загальним абстрактним поняттям. Більш точніше буде висловитись «активи підприємства». Власником визначаються цілі розвитку підприємства та затверджується програма його господарської діяльності. У правовому відношенні власник може приймати участь в управлінні підприємством, або у виконанні певних господарських завдань. Але це він може здійснювати за власним бажанням. У світовій господарській практиці прийнято, що власник обирає керівника підприємства, якому доводить завдання по розвитку підприємства та делегує права по його управлінню, періодично перевіряючи успішність реалізації поставлених завдань. Керівник підприємства має повноваження по набору управлінського та виробничого персоналу під поставлені завдання. Таким чином, у правовому відношенні, менеджери мають правовий титул «користування активами» власника. Виробничий персонал має суто виконавчі технологічні функції та права, які у правовому відношенні можуть інтерпретуватись також як «користування активами», але з меншим рівнем прав користування ніж у менеджерів. Для підвищення ефективності управління суб'єктами підприємництва з другої половини ХХ-го століття в економічно розвинених країнах набули поширення механізми так званого «народного капіталізму», що переважно полягали у створенні різних категорій акцій у процесі акціонуванні підприємств та залучення різних категорій менеджерів та виробничого персоналу до управління підприємствами через розподіл між ними відповідних видів акцій. Таким чином, у випадку прибуткової роботи за підсумками певних господарських періодів зазначені категорії персоналу отримували право на додатковий дохід, що значно підвищував їхню матеріальну зацікавленість у загальних результатах роботи.

Однією з особливостей сільськогосподарського виробництва є наявність різноманітності організаційно-правових форм підприємств. Зазначене вище переважно мало відношення до великих та середніх сільськогосподарських підприємств. Але у сільському господарстві функціонує значна кількість господарств населення та фермерських господарств, особливість яких полягає у веденні виробництва на невеликих земельних ділянках, використанні малогабаритних технічних засобах та індивідуальному і сімейному способі виконання господарських операцій. У господарствах населення та фермерських господарствах відбувається суміщення прав володіння, користування та розпорядження у особах їхніх власників.

Ефективне управління персоналом забезпечує досягнення цілей підприємств. Тому важливим є вивчення особливостей його управління. У сучасних світогосподарських умовах підвищення інтенсивності науково-технічного прогресу, розвиток інформаційних технологій, глобалізація економіки й посилення внутрішньої та міжнародної конкуренції призвели до якісної зміни персоналу та посилення залежності сучасних суб'єктів господарювання від його роботи. Останнім часом на ринку праці все більшого прояву набувають дві взаємопротилежні тенденції: розширення сфери персональної відповідальності та поглиблення спеціалізації, особливо у сільськогосподарських підприємствах. Наприклад, у великих за розміром сільськогосподарських підприємствах більшого прояву набуває тенденція поглиблення спеціалізації окремих працівників на виконанні певних обов'язків. У свою чергу, у великих та середніх сільськогосподарських підприємствах, внаслідок обмеженості персоналу, продовжується підбір виконавців з уніфікованими можливостями виконання різних професійних робіт. При цьому однозначним є посилення залежності результатів роботи цих двох зазначених груп сільськогосподарських підприємств від кваліфікаційного рівня персоналу.

Вирішальними факторами конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є виробництво сільськогосподарської продукції, що відповідає стандартам якості та постійний пошук можливостей для покращання фінансово-господарських результатів. Більш ефективно це можна зробити на

основі підвищення інноваційного рівня виробництва та приділення особливої уваги комплектуванню персоналу.

Активізація управління персоналом сільськогосподарських підприємств у напрямі підвищення їхньої конкурентоспроможності на ринку може бути забезпечена за умови дотримання певних принципів. При цьому в управлінні персоналом сільськогосподарських підприємств важливим є виділення основних загальних та спеціальних принципів управління. Так до доцільних загальних принципів управління нами відносяться:

- диференційоване відношення до управлінського та виробничого персоналу;
- застосування інноваційних методів управління окремими групами персоналу;
- формування системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів;
- індивідуальне відношення до окремих представників персоналу;
- формування системи матеріального та морального стимулювання персоналу при пов'язаності оплати праці з рівнем її продуктивності;
- створення сприятливих умов праці;
- залучення менеджерського та виробничого персоналу до управління підприємством (гуртки якості, механізми участі у прибутках);
- використання принципу «управління по результатах» при визначенні ефективності роботи менеджера та виробничого працівника.

В контексті логіки даної статті спеціальними принципами управління персоналом будуть додаткові принципи управління управлінським та виробничим персоналом. В даному відношенні доцільним є визначення суб'єктів такого управління. Відносно управлінського персоналу такими суб'єктами будуть: власники та керівник (топ-менеджер) підприємства. У свою чергу суб'єктами управління виробничим персоналом будуть власники, керівник підприємства та управлінський персонал.

Спеціальні принципи управління обумовлюються специфікою до управління менеджерським та виробничим персоналом. Такі принципи управління менеджерським складом, при визначенні сфери їхньої персональної відповідальності, полягають у:

- спрямованні на забезпечення реалізації цілей підприємств;
- проведенні моніторингу та контролю виконання господарських завдань менеджерами та підрозділами їхньої сфери відповідальності;
- введенні періодичного звітування менеджерів за виконання завдань ними та підрозділами їхньої сфери відповідальності.

У свою чергу спеціальні принципи управління виробничим персоналом полягають у:

- формуванні раціональних рівнонапружених планів та виробничих завдань відповідно технологічного періоду певних господарських процесів;
- формування внутрішнього та зовнішнього резерву спеціалістів, особливо по пікових періодах господарського циклу;
- запровадження завчасної перевірки готовності технічних засобів.

Ефективність управління персоналом значною мірою обумовлюється кваліфікаційним та особистісним рівнем менеджерів та виробничих працівників. Відповідно зазначеного, управлінський персонал повинен відповідати наступним критеріям:

- людські якості та комунікабельність у взаємодії з клієнтами та колективом;
- ініціативність та новаторство;
- професійне знання технології виробництва та особливостей протікання господарських процесів;
- стратегічне мислення та розуміння ринкових і виробничих тенденцій;
- адаптація до змін;
- вимогливість до підлеглих.

У свою чергу доцільними критеріями для виробничого персоналу будуть:

- людські якості та можливість працювати у колективі;
- якісне виконання виробничих завдань;
- прагнення до підвищення власного професійного рівня;
- ініціативність у роботі.

Представлений перелік не є уніфікованим та не претендує на виключну вичерпність. Він є орієнтиром для дослідників і може бути трансформований як відносно галузей, ринків, так і відповідно певних аспектів дослідження.

Зміна впливу чинників зовнішнього середовища сільськогосподарських підприємств, поява нових технологій та технічних засобів, можливості варіювання організаційною структурою та порядком організації на підприємствах як створили передумови для підвищення ефективності роботи, так і суттєво підвищили вимоги не тільки до професійних, але й до психологічних властивостей працівників. Багатьма експертами з питань ринку праці відзначається парадокс: на фоні зменшення загального рівня зайнятості в сільськогосподарських підприємствах, суттєво відчувається збільшення дефіциту як висококваліфікованих кадрів, так і робітників, що відповідають психофізичним вимогам сучасного виробництва. У цьому

відношенні важливими є методи управління або методи використання виділених нами принципів управління, якими керуються власники та менеджери на господарському рівні.

Керівництво певних підприємств, здебільшого великих та середніх за розміром, використовує переважно адміністративні методи керівництва. В цих підприємствах власники та менеджери формують систему взаємодії з виробничим персоналом, побудовану переважно на виконавчій дисципліні та порядку матеріального стимулювання, виходячи з виробничих результатів. Узагальнення поглядів науковців та практиків менеджменту дає нам підстави зазначити, що підвищення техніко-технологічного рівня підприємств обумовлює потребу опанування гнучких демократичних методів управління з персоналом, формування організаційної культури, спрямованої на посилення єдності підприємств, на підтриманні його традицій та цінностей, одним з ключових серед яких є матеріальне стимулювання заходів з бережливого відношення до активів як матеріальної основи створення продукції та потенційного отримання доходів.

Забезпечення стійких довгострокових позицій підприємства на ринку неможлива без освоєння інновацій по всіх складових господарської діяльності підприємств, що визначає рівень конкурентоспроможності продукції та врешті решт і самих підприємств. Власникам та керівництву підприємств слід усвідомлювати взаємообумовленість та взаємозалежність ефективності роботи із заходами матеріального та морального стимулювання персоналу. Базовими позиціями сучасної організаційної культури, поряд з сумлінним виконанням виробничих завдань, повинно бути: створення гідних умов праці для людини, надання можливості самовираження, залучення працівників до управління справами підприємств. Доцільним є регулярне узгодження індивідуальних можливостей кожного працівника з вимогами організації. Причому в ідеалі це узгодження повинно бути безперервним. Суто адміністративно вольові методи керівництва не можуть зменшити соціальну напруженість та сприяти вирішенню організаційних конфліктів між працівниками. За цих умов, при наявності дорогої техніки та обладнання, значно підвищується необхідність формування належного морального клімату у колективах.

Важливим є налагодження чіткої організації праці на підприємствах, спрямованої на підтримання його ціннісних орієнтацій, забезпечення високої якості продукції, підвищення професіоналізму, відповідальності за виконання господарських завдань, участі у процесах управління підприємством, налагодження ділових та міжособистісних форм спілкування у колективі. Зазначене обумовлює управлінський персонал досліджувати та адаптувати до особливостей підприємств інноваційні підходи до управління виробничим персоналом, з урахуванням переходу до більш вищого технологічного рівня виробництва на інформаційній основі та відповідного йому нового типу високоосвіченого працівника та новий характер його праці.

Керівний склад підприємств, які усвідомили значущість висококваліфікованого персоналу, ведуть за нього серйозну конкурентну боротьбу. Наприклад, великі аграрні формування, технологічний рівень яких базується на використанні високопродуктивних дорогих тракторів та комбайнів, використовують гнучкі механізми працевлаштування висококваліфікованих трактористів та комбайнерів. У першу чергу підприємствами використовується механізм укладення угод з регламентуванням обов'язків та зобов'язань як підприємств, так і висококваліфікованих працівників. Такі механізми також можуть включати заходи матеріального та морального стимулювання. Це у першу чергу належний рівень оплати праці, готовність до гнучкої доставки тракториста (комбайнера) на поле (аж при використанні вертольота), надання службового житла, створення належних умов відпочинку на період польових робіт тощо. Більш надійним механізмом для підприємств є підготовка власних кадрів всіх необхідних спеціальностей. Це вимагає інвестування значних коштів у підготовку персоналу, але у довгостроковому періоді ці витрати себе безперечно окупають. Багато дослідників відзначають факт більшої віддачі від вкладень в персонал порівняно із вкладеннями у основний капітал. Так у економічно розвинених країнах до 60 % приросту національного доходу отримується за рахунок підвищення рівня знань та освіти у суспільстві.

Організаційною основою забезпечення конкурентоспроможності підприємств є формування кадрової політики та організаційної культури підприємств як системної основи визначення їхніх цінностей, пріоритетів господарської діяльності, моделей прийняття управлінських рішень та способів взаємодії всередині підприємств між представниками управлінського й виробничого персоналу та між структурними підрозділами. Для забезпечення зазначеного критеріями відбору персоналу повинні бути: знання, професіоналізм, ініціативність, відданість організації, вміння працювати в команді, готовність до змін. В практичному відношенні це передбачає вивчення та впровадження інновацій у кадровій роботі. До таких інновацій можна віднести: перехід до активних методів відбору персоналу поза межами підприємств; врахування індивідуальних особливостей та професійного потенціалу менеджерів та працівників; формування прогнозів по потребі у окремих менеджерах та спеціалістах на найближчу та віддалену перспективу; перехід до гнучкого порядку працевлаштування до окремих категорій менеджерів та працівників.

Визначальною обставиною у цьому відношенні є тенденція «умовної об'єктної персоніфікації управління» у сільськогосподарському виробництві. Елементами такої персоніфікації у рослинництві є: технологія точного землеробства, сівба дражованого насіння, формування карти родючості полів та програмування різного рівня внесення мінеральних добрив на різних ділянках поля для вирівнювання рівня

урожайності. У тваринництві об'єктна персоніфікація проявляється у чіпуванні тварин та індивідуальному спостереженні за тваринами для забезпечення їхнього гарантованого розвитку та запланованого рівня продуктивності.

У свою чергу об'єктна персоніфікація при управлінні персоналом проявляється у визначенні індивідуальних талантів працівників та творчій гнучкій порядку їхнього використання у господарських процесах заради загального успіху підприємств. В першу чергу це стосується спеціалістів, робота яких пов'язана з комп'ютерними технологіями чи з комп'ютеризованими технічними засобами. На ринку праці відзначається їхній дефіцит, тому для вирішення завдань підприємств доцільним є укладення з ними договірних відносин з акцентом на результат, без обставини їхньої прив'язки до постійної присутності на робочому місці. Це може бути, наприклад, як програмний продукт, так і обслуговування певного процесу з використанням комп'ютеризованого програмного засобу або механізму.

Зазначене можна оцінити за показниками: рівень загального та по певних господарських процесах прибутку та рівня рентабельності; частки ринку, що займає продукція підприємства тощо.

**Висновки.** Посилення прояву процесів економічної глобалізації на внутрішньому аграрному ринку призводить до посилення конкуренції між сільськогосподарськими товаровиробниками різних організаційно-правових форм господарювання та до більшого приділення уваги ними до якісного складу управлінського та виробничого персоналу. Розвиток даних обставин впливає на підвищення вимог до організації виробничих процесів та до рівня професійної підготовки менеджерів та виробничих працівників. За численними прогнозами в найближчі роки спостерігатиметься збереження тенденції на інформатизацію виробничих процесів, що обумовить відповідні вимоги опанування новою технікою та технологією на інформаційній основі для все більшої кількості спеціальностей у сільськогосподарських підприємствах. Зазначені обставини обумовлюють необхідність опанувати інноваційні підходи до організації управління персоналом аграрних підприємств.

Пошук нових джерел підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на основі диференційованих принципів управління менеджерським та виробничим персоналом свідчать про перехід в управлінні до людиноцентричної моделі економіки суспільства. Виділено більш доцільні загальні та спеціальні принципи та критеріальні ознаки управління менеджерським та виробничим персоналом. Таке розуміння суті бізнесу обумовлює необхідність для керівного складу формувати на підприємствах дієву кадрову політику складовими якої є: визначення стратегічних та поточних цілей розвитку підприємств; формування кількісного і якісного складу управлінського та виробничого персоналу, спроможного реалізувати цілі підприємств; формування системи матеріального та морального стимулювання персоналу залежно від рівня продуктивності праці та досягнення цілей розвитку; формування системи взаємодії між структурними підрозділами та між представниками управлінського та виробничого персоналу; налагодження системи навчання та підвищення кваліфікації персоналу; створення належних умов праці для підвищення задоволення працівників від виконання своїх службових обов'язків та рівня їхньої самореалізації як особистостей. Запорукою ефективного формування та реалізації кадрової політики є формування організаційної культури підприємств як системи цінностей та правил взаємодії внутрі підприємств та відносно суспільства.

Доведено також доцільність підбору персоналу за наступними критеріальними ознаками: знання, професіоналізм, ініціативність, людяність і повага до співробітників, клієнтів та споживачів, відданість організації, вміння працювати в команді, готовність до змін.

Урахування виділених принципів та критеріальних ознак управління персоналом є однією з передумов збалансування інтересів окремих особистостей і сільськогосподарських підприємств та підвищення їхнього рівня конкурентоспроможності в умовах глобалізованої економіки.

### Література

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом : навч. посіб. – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 512с.
2. Біттер О.А. Управління персоналом у сільськогосподарських підприємствах / О.А. Біттер, О.І. Мелецька // Економіка АПК.- 2012.- № 3.- С. 68-72.
3. Брич В.Я. Людські ресурси як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / В.Я. Брич, О.З. Колодницька // Інноваційна економіка.- 2015.- № 4 (59).- С. 72-75.
4. Друкер Питер Ф. Управление, нацеленное на результаты / Питер Ф. Друкер; пер. с англ. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 200 с.
5. Іванько А. В. Удосконалення управління господарської діяльності аграрних підприємств в контексті формування рівноваги на ринку агропродовольчої продукції України: монографія. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2018. 344 с.
6. Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Соколова Е.Э., Павлова О.С. Организационно-управленческие инновации в крупных хозяйственных структурах. – СПб.: Изд-во: СПбГЭУ, 2016. 150 с.
7. Коваленко Ю.С. Сільськогосподарське підприємство в ринковому середовищі / Ю. С. Коваленко. – К. : ІАЕ УААН, 2000. – 204 с.
8. Кропивко М. Ф. Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластерних систем / М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 3. – С. 3-15.
9. Крушельницька О.В. Управління персоналом / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: «Кондор», 2003. – 293 с.
10. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
11. О'Шонесси Дж. Принципы организации управления фирмой / Дж. О'Шонесси : пер. с англ. – М. : Прогресс, 1979. 216 с.
12. Речка К. М. Загальні риси управління персоналом у системі менеджменту аграрного підприємства / К.М. Речка //

Економіка та держава.- 2018.- № 3.- С. 67-70.

13. Тэйлор Ф.У. Принципы научного менеджмента: Пер. с англ. А.И.Зак; Науч.ред.и предсл. Е.А. Кочерина.- М.: «Журнал контроллинг», 1991. 104 с.

14. Шпикуляк О.Г. Кадровий потенціал та його формування в аграрних підприємствах / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК.- 2004.-№1.С. 155-159.

### References

1. Balabanova L.V., Sardak O.V. Upravlinnia personalom : navch. posib. – K.: VD “Profesional”, 2006. – 512s.
2. Bitter O.A. Upravlinnia personalom u silskohospodarskykh pidpriemstvakh / O.A. Bitter, O.I. Meletska // Ekonomika APK.- 2012.- № 3.- S. 68-72.
3. Brych V.Ia. Liudski resursy yak chynnyk zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva / V.Ia. Brych, O.Z. Kolodnytska // Innovatsiina ekonomika.- 2015.- № 4 (59).- S. 72-75.
4. Druker Pyter F. Upravlenye, natselennoe na rezultaty / Pyter F. Druker; per. s anhl. – M.: Tekhnolohycheskaia shkola byznesa, 1994. – 200 s.
5. Ivanko A. V. Udoskonalennia upravlinnia hospodarskoiu diialnistiu ahrarykh pidpriemstv v konteksti formuvannia rivnovahy na rynku ahroprodovolchoi produktsii Ukrainy: monohrafiia. - Nizhyn: Vydavets PP Lysenko M. M., 2018. 344 s.
6. Karlyk A.E., Platonov V.V., Tykhonova M.V., Sokolova E.Э., Pavlova O.S. Orhanyzatsyonno-upravlencheskye ynnovatsyy v khrupnykh khoziaistvennykh strukturakh. – SPb.: Yzd-vo: SPbHЭУ, 2016. 150 s.
7. Kovalenko Yu.S. Silskohospodarske pidpriemstvo v rynkovomu seredovyshchi / Yu. S. Kovalenko. – K. : IAE UAAN, 2000. – 204 s.
8. Kropyvko M. F. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ta sotsialnoi spriamovanosti ahropromysloвого vyrobnytstva na osnovi rozvytku klasternykh system / M. F. Kropyvko // Ekonomika APK. – 2013. – № 3. – S. 3-15.
9. Krushelnytska O.V. Upravlinnia personalom / O.V. Krushelnytska, D.P. Melnychuk. – K.: «Kondor», 2003. – 293 s.
10. Meskon M. Kh. Osnovy menedzhmenta / Meskon M. Kh., Albert M., Khedoury F. ; per. s anhl. – M. : Delo, 1992. – 702 s.
11. OShonessy Dzh. Pryntsyry orhanyzatsyy upravleniia fyrmoi / Dzh. OShonessy ; per. s anhl. – M. : Prohress, 1979. 216 s.
12. Rechka K. M. Zahalni rysy upravlinnia personalom u systemi menedzhmentu ahrarykh pidpriemstva / K.M. Rechka // Ekonomika ta derzhava.- 2018.- № 3.- S. 67-70.
13. Тэйлор Ф.У. Принципы научного менеджмента: Пер. с англ. А.И.Зак; Науч.ред.и предсл. Е.А. Кочерина.- М.: «Журнал контроллинг», 1991. 104 с.
14. Shpykuliak O.H. Kadrovyi potentsial ta yoho formuvannia v ahrarykh pidpriemstvakh / O.H. Shpykuliak // Ekonomika APK.- 2004.-№1.С. 155-159.

Рецензія/Peer review : 07.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 338.488-640

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-144-149

ЮДИНА О. І.

Вищий навчальний приватний заклад  
«Дніпровський гуманітарний університет»

## МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті на основі функції цілі розроблено моделі множинної та парної регресії, що пояснюють закономірності кількісної взаємодії показників виробничо-комерційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, розраховано оцінні коефіцієнти, які визначають ступінь впливу факторів на результативний параметр, встановлюють резерви розвитку економічних показників, їх частку вкладу і силу впливу, а також пряму та опосередковану дію на рівень доходу суб'єкта господарювання. На цьому підґрунті обчислено індикатори резервного статичного та динамічного економічного розвитку підприємства, удосконалено побудовані економіко-математичні моделі, за допомогою яких стає можливим виміряти резерви ресурсних потенціалів, визначити напрями та ступінь впливу факторів на підвищення ефективності функціонування, економічне зростання та сталий розвиток підприємства готельно-ресторанного господарства. Обґрунтовано методичний інструментарій, що включає економіко-математичне моделювання, обчислення оцінних коефіцієнтів й індикаторів для формування методології управління сталим економічним розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства.

*Ключові слова:* економіко-математична модель, кореляція, регресія, сталий економічний розвиток, оцінні коефіцієнти, індикатори, методичний інструментарій, методологія, підприємство, готельно-ресторанне господарство, управління.

YUDINA E.

Dniprovskii University of the Humanities

## METHODICAL TOOLS FOR MANAGEMENT OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

*The systematic approach to economic development of enterprises views the enterprise as an association of managed and managing functional units, connected to each other and to the external environment by communication channels. In the process of managing an enterprise as an economic system, structures are created in which each element performs certain actions and tasks to achieve the goals of the enterprise, influences the efficiency and stability of its functioning. Therefore, achieving the planned results requires the use of appropriate methods of analysis and evaluation of system elements, determining the required parameters and structuring them in a given direction of development by a specific methodology.*

*The purpose of the article is to substantiate methodological tools and to formulate a methodology for managing the sustainable economic development of the hotel and restaurant industry.*

*Using the multiplicity and paired regression models developed on the basis of the function, which explain the regularities of quantitative interaction of indicators of production and commercial activity of the hotel and restaurant business enterprises, the estimated coefficients are determined, which determine the degree of influence of factors on the resultant parameter, establish reserves for the development of economic indicators, the contribution and force of influence, as well as direct and indirect action on the level of income of the entity. On this basis the indicators of reserve static and dynamic economic development of the enterprise are calculated, the economic and mathematical models are improved, by which it becomes possible to measure the reserves of resource potentials, to determine the directions and the degree of influence of factors on improving the efficiency of operation, economic growth and sustainable development of the hotel and restaurant business.*

*Thus, economic and mathematical models, created by the methods of grouping, mathematical statistics, stochastic, correlation-regression, statistical, factor analysis, estimating coefficients and indicators serve as a methodological tool for forming the methodology, as well as the management system for sustainable economic development of the hotel and restaurant enterprises. . The obtained results contribute to the development of an effective mechanism for managing sustainable economic growth and economic development.*

*Keywords:* economic and mathematical model, correlation, regression, sustainable economic development, coefficients, indicators, methodological tools, methodology, enterprise, hotel and restaurant management, management.

**Постановка завдання.** Управління процесом економічного розвитку підприємств при системному підході розглядає підприємство та зовнішнє середовище в якому воно функціонує, як ціле, а господарюючий суб'єкт - як об'єднання керованих і керуючих функціональних одиниць, зв'язаних між собою та з зовнішнім оточенням комунікаційними каналами. При такому підході процес управління ґрунтується на моніторинговій діяльності, створенні методології системного аналізу, оцінки, прогнозування, оптимізації й планування результатів функціонування підприємства як сукупності цілеорієнтованої діяльності його функціональних підсистем (процесів). Таким чином, підприємство можна розглядати як економічну систему, у якій відбувається взаємодія певних елементів з ефективного перетворення отриманих ресурсів в необхідний продукт або послугу з найменшими витратами, тобто з найбільшою ефективністю результатів діяльності. Рішення задач максимізації ефективності й мінімізації витрат, вимагають оптимальних і раціональних рішень, що є основоположним принципом економічного зростання і сталого розвитку. І в цьому контексті підприємство складає основу системи управління, і є першопричиною, що обумовлює



необхідність розробки відповідних методів управління.

У процесі управління створюються структури, в яких кожен елемент виконує певні дії й завдання щодо досягнення цілей підприємства, впливає на ефективність і стійкість його функціонування. Тому для досягнення цільових (запланованих) результатів потрібне проведення аналізу та оцінки елементів системи, встановлення необхідних параметрів та структуривання їх у заданому напрямку розвитку за вибудованою методологією.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вирішенню питань щодо забезпечення сталого економічного розвитку підприємств присвячено наукові роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, до яких належать: Андрушків Б. М., Ансофф І., Акофф Р. Л., Афанасьєва Н. В., Богатирьова І. О., Василенко В. О., Геєць В., Гапоненко О. Л., Денисов В. Т., Мельник Л. М., Мескон М., Мочерний С. В., Росс Д., Шеререр Ф. та інші.

Б. М. Андрушків розглядає динамічність середовища, що складається з багатьох процесів і шляхів розвитку та визначає окремі напрямки економічного зростання за рахунок використання організаційною системою управлінських резервів [1]. У роботах І. Ансоффа і Р. Л. Акоффа визначаються кількісні параметри показників, які не характеризують категорію «сталий розвиток» [2, 3]. В. О. Василенко розглядає динамічність середовища, що містить в собі різноманітні форми розвитку та визначає окремі складові, а саме структурні підрозділи підприємства, ефективне управління якими у змозі забезпечити економічний розвиток як незворотні, закономірні зміни за рахунок використання організаційною системою саме управлінських резервів [4]. С. В. Мочерний визначає економічний розвиток як незворотні, закономірні зміни технологічного способу виробництва [6]. На думку Ф. В. Зинов'єва економічний розвиток забезпечується шляхом виявлення центрів впливу та аналізу взаємозв'язків між структурними елементами системи, що дозволяє виявити напрями розвитку організаційної системи управління як основного фактора економічного розвитку підприємств [5]. Разом з цим, у дослідженнях відсутні підходи щодо формування методичного інструментарію на основі економіко-математичного моделювання, встановлення закономірностей кількісного взаємовпливу результуючих і факторних параметрів діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, визначення оцінних коефіцієнтів й індикаторів їх сталого економічного розвитку та створення відповідної системи управління.

**Метою** статті є обґрунтування методичного інструментарію та формування методології управління сталим економічним розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливим інструментарієм для вирішення цих завдань і створення системи управління сталим економічним розвитком служать розроблені на основі функції цілі економіко-математичні моделі, які дозволяють пояснити закономірність кількісної взаємодії показників досліджуваних процесів й визначити порядок та структуру їх взаємодії, встановити значення результативних показників, що відповідають певному рівню витрат, а також ступінь впливу факторів на досліджуванні показники за допомогою розрахованих оцінних коефіцієнтів отриманих регресійних моделей, що виражені математичними формулами.

Для визначення кількісної взаємодії показників витратомісткості та встановлення закономірностей їх впливу на рівень ефективності виробництва і адміністративно-збутової діяльності побудовано відповідну модель множинної кореляційної залежності, яка у загальному виді має наступну математичну форму:

$$\hat{G}_{ДВК} = b_0 \pm b_1 * \bar{K}_{МЗ} \pm b_2 * \bar{K}_{ВПР} \pm b_3 * \bar{K}_{ВОФ} \pm b_4 * \bar{K}_{Він}, \quad (1)$$

де  $\hat{G}_{ДВК}$  - теоретичне (розрахункове) значення рівня доходності діяльності підприємства під впливом факторів виробничо-комерційної діяльності підприємства;

$\bar{K}_{МЗ}$  - середнє значення рівня матеріальних витрат в розрахунку на 1 грн. загального обсягу витрат з операційної діяльності;

$\bar{K}_{ВПР}$  - середнє значення рівня витрат на оплату праці в розрахунку на 1 грн. загального обсягу витрат з операційної діяльності;

$\bar{K}_{ВОФ}$  - середнє значення рівня витрат основних виробничих фондів в розрахунку на 1 грн. загального обсягу витрат з операційної діяльності;

$\bar{K}_{Він}$  - середнє значення рівня інших витрат з операційної діяльності в розрахунку на 1 грн. загального обсягу витрат з операційної діяльності;

$b_0, b_1, b_2, b_3, b_4$  – коефіцієнти множинної регресійної моделі.

Побудова моделі множинної регресії виробничо-комерційної діяльності дозволяє пояснити взаємозалежність показників витратомісткості операційної діяльності, а також описати закономірність

впливу витрат ресурсів (факторів) виробничої та адміністративно-збутової діяльності на зростання обсягів доходу або ефективності роботи підприємства, що, в свою чергу, дає змогу встановити науково обґрунтоване кількісне співвідношення величини досліджуваних факторів та результативних економічних показників.

Визначення закономірностей впливу витрат з виробничої й адміністративно-збутової діяльності на зростання ефективності функціонування готельно-ресторанного підприємства, створює умови для оцінки результатів цих процесів та прогнозування величини показників ефективності операційної діяльності відносно обсягів витрат ресурсів, тобто за допомогою регресійних моделей стає можливим встановити закономірності й ступінь позитивної зміни рівня валового доходу, що забезпечує економічне зростання за рахунок оптимізації показників витратомісткості. Використання зазначених методів економіко-математичного моделювання, кореляційно-регресійного, статистичного, стохастичного аналізу та методів математичної статистики є підґрунтям для створення системи управління процесом сталого економічного розвитку за рахунок раціоналізації витрат ресурсів шляхом використання виявлених резервів розвитку факторів виробничо-комерційної діяльності й планування обсягу капітальних вкладень за певними напрямками для забезпечення певного рівня зростання ефективності, а, отже, і економічної стійкості підприємства на основі оновлення матеріально-технічної бази та прогресивних змін.

Запропонований методичний інструментарій дозволяє сформувати методологію управління процесом сталого економічного розвитку підприємств. А сукупність методів побудови економіко-математичних моделей, визначення на їх основі відповідних оцінних коефіцієнтів та розробка індикаторів економічного зростання і резервного розвитку, індикаторів динамічного економічного зростання та розвитку служить основою для побудови системи управління сталим економічним розвитком суб'єкта господарювання готельно-ресторанної сфери.

На підставі моделей множинної регресії встановлюються резерви економічного розвитку факторів (показників витрат ресурсів), що впливають на рівень доходності підприємства, шляхом розрахунку  $\beta_i$ -коефіцієнтів за наступною формулою:

$$\beta_i = a_i \frac{\overline{\sigma_{K_i}}}{\overline{\sigma_{G_i}}}, \quad (2)$$

де  $\beta_i$  - стандартизований коефіцієнт моделі множинної регресії;

$a_i$  - коефіцієнт  $i$ -го фактора множинній регресійній моделі;

$\overline{\sigma_{K_i}}$  - середньоквадратичне відхилення  $i$ -го фактора.

Отримані в ході дослідження стандартизовані приватні коефіцієнти регресії  $\beta_{K_i}$  оцінюють прямий вплив фактора на результативний показник за умови усунення впливу інших факторних ознак, і показують, на яку частину свого середньоквадратичного відхилення  $\sigma_G$  зміниться результат  $G$  зі зміною відповідного фактора  $K_i$  на величину свого середньоквадратичного відхилення  $\sigma_{K_i}$  при незмінному впливі інших факторів (що входять в економіко-математичну модель). Максимальне значення коефіцієнта  $\beta_{K_i}$  дозволяє встановити ознаку, яка в більшій мірі впливає на результативний показник, а також визначає резервні можливості впливу даного фактора.

Економічні показники моделі множинної регресії, крім прямого впливу на результативну ознаку, надають і непрямий вплив через інші фактори кореляційної залежності. Така опосередкована дія може бути представлена у вигляді добутку приватного коефіцієнта кореляції  $r_{GK_i}$  та коефіцієнта  $\beta_{K_i}$ , і позначатися як  $d_{K_i}$ , тобто  $d_{K_i} = \beta_{K_i} * r_{GK_i}$ . Таким чином, показник  $d_{K_i}$  вимірює силу впливу фактора  $K_i$  на результат  $G$ . А сума добутків  $\beta_{K_i} * r_{GK_i}$  складає коефіцієнт множинної детермінації  $R^2$  ( $\sum \beta_{K_i} * r_{GK_i} = R^2$ ), який характеризує частку варіації факторів, що пояснюють варіацію результативного показника.

Отже, шляхом розділу добутку  $\beta_{K_i} * r_{GK_i}$ , що пояснює ступінь або силу впливу факторної ознаки на результат (рівень доходності підприємства), на суму даних оціночних параметрів, яка являє собою коефіцієнт детермінації  $R^2$ , встановлюється частка вкладу ( $h_{K_i}$ ) аналізованого фактора в сумарний вплив всіх факторів, що входять в модель:

$$h_{K_i} = \frac{\beta_i r_i}{R^2}, \quad (3)$$

де  $h_{K_i}$  - коефіцієнт частки внеску  $i$ -го фактора в сумарний вплив всіх факторів;

$\beta_i r_i$  - коефіцієнт сили впливу  $i$ -го фактора на результативний показник.

А повний вплив  $i$ -го фактора на результат розглядається як сума прямого і непрямого впливу, і вимірюється за допомогою коефіцієнта парної (приватної) кореляції факторної ознаки і результату  $r_{GK_i}$ .

Крім того, використання приватного коефіцієнта еластичності або приватного індикатора

економічного зростання  $E_{CKi}$ , що дорівнює добутку коефіцієнта регресії  $b_i$  при  $i$ -м факторі на відношення середніх значень  $i$ -го фактора ( $K_i$ ) та результативного показника ( $G$ ), дозволяє встановити величину середньої відсоткової зміни результативної ознаки  $G$  при збільшенні факторного параметра  $K_i$  на 1% відносно своїх середніх значень при незмінному положенні інших факторів множинної регресії.

Таким чином, визначення вказаних параметрів оцінки побудованих моделей множинної регресії дають підстави для розробки індикаторів резервного економічного розвитку і формули для їх розрахунку, шляхом наступної математичної інтерпретації приватних індикаторів економічного зростання ( $E_{CKi}$ ) і показників частки вкладу ( $h_{Ki}$ ) аналізованого фактора:

$$R_{CKi} = h_{Ki} * E_{CKi}, \quad (4)$$

де  $R_{CKi}$  – індикатор резервного економічного розвитку  $i$ -го фактора;

$h_{Ki}$  - коефіцієнт питомої ваги (ступені) внеску  $i$ -го фактора у загальний обсяг впливу факторів;

$E_{CKi}$  – індикатор економічного зростання  $i$ -го фактора.

Запропонований індикатор резервного економічного розвитку допомагає встановити ступінь впливу фактора з урахуванням виявленої частки його можливого резервного розвитку, на поліпшення результативного параметра, тобто на підвищення ефективності діяльності та економічного зростання підприємства готельно-ресторанного господарства.

Отримані індикатори резервного розвитку  $R_{CKi}$ , а також стандартизовані коефіцієнти прямого впливу  $\beta_i$ , що характеризують закладені резерви поліпшення факторних ознак, є підставою для створення моделей резервного економічного розвитку шляхом перетворення складених регресійних моделей виробничо-комерційної та виробничої діяльності, змінних витрат і ефективності виробництва. Тобто замінюючи абсолютні коефіцієнти  $b_i$  при змінних  $\bar{K}_i$  на стандартизовані коефіцієнти  $\beta_i$ , а також включаючи в моделі множинної регресії запропонований індикатор резервного розвитку  $R_{CKi}$ , отримуємо загальний вид моделі резервного економічного розвитку підприємства:

$$\hat{G}_{PCKi} = \beta_{K1} * \bar{K}_1^{R_{CK1}} \pm \beta_{K2} * \bar{K}_2^{R_{CK2}} \pm \dots \pm \beta_{Kin} * \bar{K}_{in}^{R_{CKi}} \quad (5)$$

де  $\hat{G}_{PCKi}$  - результативний показник моделі резервного економічного розвитку;

$\beta_{Ki}$  - стандартизований коефіцієнт впливу  $i$ -го фактора;

$\bar{K}_i$  - середнє значення  $i$ -го фактора;

$R_{CKi}$  - індикатор резервного економічного розвитку  $i$ -го фактора.

На основі методики побудови економіко-математичних залежностей резервного розвитку і стохастичної моделі виробничо-комерційної діяльності (1), формується загальний вид моделі резервного економічного розвитку виробничо-комерційної діяльності:

$$\hat{G}_{PCKi} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{CKi}} + \beta_{K_{ВПР}} * \bar{K}_{ВПР}^{R_{CKi}} - \beta_{K_{ВОФ}} * \bar{K}_{ВОФ}^{R_{CKi}} + \beta_{K_{Він}} * \bar{K}_{Він}^{R_{CKi}}, \quad (6.1)$$

Таким чином, шляхом проведення в ході дослідження аналогічного перетворення регресійних моделей виробничої діяльності, змінних витрат і ефективності виробництва отримано:

- модель резервного економічного розвитку виробничої діяльності:

$$\hat{G}_{PCKi} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{CKi}} + \beta_{K_{ВПР}} * \bar{K}_{ВПР}^{R_{CKi}} - \beta_{K_{ВОФ}} * \bar{K}_{ВОФ}^{R_{CKi}}; \quad (6.2)$$

- модель резервного економічного розвитку факторів змінних витрат:

$$\hat{G}_{PCKi} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{CKi}} + \beta_{K_{ВПР}} * \bar{K}_{ВПР}^{R_{CKi}}; \quad (6.3)$$

- модель резервного розвитку показників ефективності виробництва:

$$\hat{G}_{PCKi} = -\beta_{K_{ДМВ}} * \bar{K}_{ДМВ}^{R_{CKi}} + \beta_{K_{ДВПР}} * \bar{K}_{ДВПР}^{R_{CKi}} - \beta_{K_{ДВОФ}} * \bar{K}_{ДВОФ}^{R_{CKi}} + \varepsilon; \quad (6.4)$$

Методика побудови представлених моделей резервного економічного розвитку базується на використанні індикаторів економічного зростання ( $E_{CKi}$ ) і резервного розвитку ( $R_{CKi}$ ), які розраховані на основі середніх значень критеріальних та факторних ознак, і, отже, характеризують наявні резерви розвитку в статичному процесі, тобто визначають можливе економічне зростання в поточному періоді без прогнозу майбутніх тенденцій.

З метою визначення тренда і закономірностей динамічного економічного розвитку підприємства, а також параметрів, які прогнозують темпи підвищення ефективності його діяльності під впливом конкретного фактора, розроблені індикатори динамічного економічного зростання та резервного розвитку, основою для розрахунку яких служать моделі парної кореляції. Оскільки використання парних кореляційно-регресійних моделей дає можливість встановити диференційований вплив факторного параметра і встановити більш точну форму (формулу) функціонального зв'язку з результативним показником, описати закономірність їх взаємодії, тобто математично обґрунтувати тренд динамічного розвитку.

Таким чином, на основі побудованих в ході дослідження моделей парної регресії, які з високим ступенем ймовірності (0,95) пояснюють закономірність і форму взаємодії показників, описують їх функціональний взаємозв'язок, а значить і динаміку розвитку, проведені обчислення прогнозних значень та індикаторів динамічного економічного зростання ( $E_{fki}$ ) результатів діяльності підприємства, які є коефіцієнтами еластичності, що характеризують ступінь зміни рівня доходності, за рахунок зміни величини фактора, що впливає на 1%. Це, в свою чергу, забезпечує можливість для визначення індикаторів резервного динамічного розвитку факторних ознак ( $R_{fki}$ ), шляхом множення коефіцієнта індивідуальної частки вкладу ( $h_{ki}$ ) показника моделі множинної регресії в їх сумарний вплив та встановленого індикатора динамічного економічного зростання  $E_{fki}$ :

$$R_{fki} = h_{ki} * E_{fki}, \quad (7)$$

$R_{fki}$  - індикатор резервного динамічного економічного розвитку;  
 $E_{fki}$  - індикатор динамічного економічного зростання.

Тоді загальний вид моделі резервного динамічного економічного розвитку підприємства готельно-ресторанного типу можна представити математичним виразом:

$$\hat{G}_{pfki} = \beta_{k1} * \bar{K}_1^{R_{fki}} \pm \beta_{k2} * \bar{K}_2^{R_{fki}} \pm \dots \pm \beta_{kin} * \bar{K}_{in}^{R_{fki}} \quad (8)$$

де  $G_{pfki}$  - результативний показник резервного динамічного економічного розвитку;

$R_{fki}$  - індикатор резервного динамічного економічного розвитку  $i$ -го фактора;

$\beta_{ki}$  - стандартизований коефіцієнт впливу  $i$ -го фактора;

$\bar{K}_i$  - середнє значення  $i$ -го фактора.

Таким чином, перетворення моделей виробничо-комерційної діяльності (6.1), виробничого потенціалу (6.2), змінних витрат (6.3), ефективності виробництва (6.4) шляхом заміни індикаторів резервного розвитку ( $R_{CKi}$ ) на індикатори динамічного резервного розвитку ( $R_{fki}$ ), забезпечило створення відповідних моделей резервного динамічного економічного розвитку:

- модель резервного динамічного економічного розвитку виробничо-комерційної діяльності:

$$\hat{G}_{pfDVK} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{fMB}} + \beta_{K_{VIP}} * \bar{K}_{VIP}^{R_{fVIP}} - \beta_{K_{VOF}} * \bar{K}_{VOF}^{R_{fVOF}} + \beta_{K_{Vin}} * \bar{K}_{Vin}^{R_{fVin}}; \quad (9)$$

- модель резервного динамічного економічного розвитку виробничої діяльності:

$$\hat{G}_{pfDV} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{fMB}} + \beta_{K_{VIP}} * \bar{K}_{VIP}^{R_{fVIP}} - \beta_{K_{VOF}} * \bar{K}_{VOF}^{R_{fVOF}}; \quad (10)$$

- модель резервного динамічного економічного розвитку факторів змінних витрат:

$$\hat{G}_{pfDVB} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{fMB}} + \beta_{K_{VIP}} * \bar{K}_{VIP}^{R_{fVIP}}; \quad (11)$$

- модель резервного динамічного розвитку показників ефективності виробництва:

$$\hat{G}_{pfDEf} = \beta_{K_{DMB}} * \bar{K}_{DMB}^{R_{fDMB}} - \beta_{K_{DVIP}} * \bar{K}_{DVIP}^{R_{fDVIP}} + \beta_{K_{DVOF}} * \bar{K}_{DVOF}^{R_{fDVOF}} + \varepsilon; \quad (12)$$

Побудовані моделі резервного динамічного розвитку дозволяють провести кількісний вимір ресурсних потенціалів, що забезпечують удосконалення факторних параметрів, і рівня зростання результативного економічного показника за рахунок підвищення ефективності витрат виробничо-комерційної діяльності (тобто зниження ресурсомісткості продукції, товарів та послуг), що, в свою чергу, сприяє збільшенню прибутковості, стійкості економічного зростання і розвитку підприємства готельно-ресторанного господарства.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** За допомогою розроблених на основі функції цілі моделей множинної та парної регресії, що пояснюють закономірності кількісної взаємодії показників виробничо-комерційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, розраховано оцінні коефіцієнти, які визначають ступінь впливу факторів на результативний параметр, встановлюють резерви розвитку економічних показників, їх частку вкладу і силу впливу, а також пряму та опосередковану дію на рівень доходу суб'єкта господарювання. На цьому підґрунті обчислено індикатори резервного статичного та динамічного економічного розвитку підприємства, удосконалено побудовані економіко-математичні моделі, за допомогою яких стає можливим виміряти резерви ресурсних потенціалів, визначити напрями та ступінь впливу факторів на підвищення ефективності функціонування, економічне зростання та сталий розвиток підприємства готельно-ресторанного господарства.

Таким чином, створені за допомогою методів групування, математичної статистики, стохастичного, кореляційно-регресійного, статистичного, факторного аналізу економіко-математичні моделі, оцінні коефіцієнти й індикатори служать методичним інструментарієм для формування методології, а також системи управління сталим економічним розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Отримані результати роботи сприяють розробці ефективного механізму управління сталим економічним зростанням та розвитком господарюючих суб'єктів.

#### Література:

1. Андрушків Б.М. Ресурсономіка: теоретичні та прикладні аспекти / Б. М. Андрушків, Ю. Я. Вовк, І. П. Вовк та ін. – Тернопіль : Терно-граф, 2012. – 456 с.
2. Ансофф І. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф; под ред. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1996. – 519 с.
3. Акофф Р. Планування майбутнього корпорації / Пер. з англ. під ред. В. И. Данілова-Данільяна. – М. : Прогрес, 1995. – 328с.
4. Василенко В. О. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография. – Киев: Центр учебной литературы, 2005. – 648 с.
5. Зиновьев Ф. В. Концептуальный подход к исследованию процессов трансформации экономики // Экономика и управление. – 2012. - № 2-3. – С. 3-6.
6. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / Редкол. : С. В. Мочерний (від. ред.) та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 952 с.

#### References

1. Andrushkiv B.M. et al. Resursonomika: teoretichni ta pricladni aspekti [Resursonomika: theoretical and applied aspects], Ternopil': Terno-graf. 2012. – 456 s.
2. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie [Strategic management]: sokr. per. s angl. / I. Ansoff pod red. L.I. Evenko. – M. : Ekonomika, 1996. 519 s.
3. Akoff R. Planuvannia maybutn'ogo korporatsiy [Planning for the future of the Corporation] / Per. z angl. pid red. V.I. Danilova-Danil'iana. – M. : Progrech, 1995. – 328 s.
4. Vasilenko, A.V. (2005). Sustainable Enterprise Management. Kiev: Tsentr uchebnoy literatury [in Ukrainian].
5. Zinov'ev F. V. Kontseptual'ny'i' podhod k issledovaniiu protsessov transformatsii e'konomiki [Conceptual approach to the study of transformation processes of economy] // E'konomika i upravlenie. – 2012. - № 2-3. – S. 3-6.
6. Ekonomichna entsyklopediia u tr'okh tomakh [Economic encyclopedia : in three volumes]. T.3 / Redkol. : S.V. Mochernyi (vid. red.) ta in. – K. : Vydavn. Tsentr "Akademiiy", 2002. – 952 s.

Рецензія/Peer review : 03.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 330.316

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-150-153

БАГМЕТ К. В.

Сумський державний університет

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ВІДПОВІДНО ДО ПРИНЦИПІВ ІНКЛЮЗИВНОГО ЗРОСТАННЯ

*У статті на основі дослідження принципів і підходів, покладених в основу інклюзивного зростання, обґрунтовано основні складові політики державного регулювання соціального сектора національної економіки, таргети, які характеризують економічні, інституційні та соціальні детермінанти суспільно-економічного розвитку.*

*Ключові слова: державне регулювання, національна економіка, соціальний сектор, соціальні детермінанти, інституційні детермінанти, економічні детермінанти.*

BAGMET K.

Sumy State University

## STATE REGULATION OF THE SOCIAL SECTOR OF THE NATIONAL ECONOMY ALIGNED WITH THE PRINCIPLES OF INCLUSIVE GROWTH

*The article is based on the study of the principles and approaches that underpin inclusive growth, substantiates the main components of the state regulation of the social sector of the national economy, and targets that characterize the economic, institutional and social determinants of socio-economic development.*

*Keywords: state regulation, national economy, social sector, social determinants, institutional determinants, economic determinants.*

**Вступ.** Державне регулювання соціального сектора потребує суттєвих змін, враховуючи важливість таких аспектів як подолання нерівності, якість послуг соціального сектора (освіта, охорона здоров'я, соціальний захист) важливо створити, по-перше, інформаційно-аналітичну базу для поінформованості щодо розвитку соціального сектора національної економіки, по-друге, на цій основі розробити загальну концепцію та конкретні механізми та інструменти імплементації соціального блоку завдань інклюзивного зростання у практику державного регулювання.

**Метою дослідження** є обґрунтування необхідних складових політики державного регулювання соціального сектора національної економіки відповідно до принципів інклюзивного економічного зростання.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Концепція інклюзивного зростання досить широко розглядається як вітчизняними так і закордонними науковцями.

Інклюзивне зростання економіки як завдання політики державного регулювання є пріоритетом багатьох країн та міжнародних організацій, зокрема Міжнародного валютного фонду, Організації економічного співробітництва та розвитку – ОЕСР, Світового банку, Програми розвитку ООН (ПРООН), плануються механізми його запровадження, можливості його досягнення для країн з різним рівнем розвитку. [1-6]

Аналіз наукових публікацій та аналітичних матеріалів свідчить про відсутність єдиного узгодженого розуміння інклюзивного зростання, як в межах наукової спільноти, так і в сфері міжнародних організацій, які працюють у напрямку розробки пропозицій щодо інклюзивного зростання. Anand, R. та ін. [7] розглядають інклюзивне зростання у контексті темпів і структури економічного зростання. Світовий банку акцентує увагу на темпах зростання, оскільки вони розглядаються як передумова зменшення абсолютної бідності. Ianchovichin E. and Lundstrom [8] характеризують інклюзивне зростання у контексті продуктивності, що може сприяти зростанню заробітної плати, зменшенню економічної нерівності, у першу чергу нерівності можливостей доступу до ринку праці і ресурсів, а також ефективності державного регулювання за критеріями формування сприятливого середовища для бізнесу та громадян. Програма розвитку ООН [4] розглядає інклюзивне зростання і як результат, і як процес одночасно. Як результат інклюзивне зростання передбачає, що воно має вимірний результат, який є спільним, як процес означає, що кожен може брати участь у процесі зростання, як з точки зору прийняття рішень, так і з точки зору економічної участі.

Разом з цими для України питання впровадження процедур і принципів інклюзивного зростання у політику державного регулювання залишається мало розробленим.

**Виклад основного матеріалу.** Узагальнення наукових результатів наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних учених щодо вимірювання інклюзивного зростання дозволяє виділити 2 узагальнених теоретико-методичних підходи:

Підхід, що передбачає розрахунок єдиного комплексного індикатора (як правило індекс), що інтегрує ряд окремих показників

Підхід, що передбачає використання комплексу окремих показників, як правило згрупованих за блоками.

Наразі напрацьований суттєвий доробок у визначенні відповідних індикаторів як вітчизняними так і зарубіжними ученими, який узагальнено подано у таблиці 1.

Таблиця 1

**Підходи до вимірювання інклюзивного зростання (складено автором)**

Вимірник(и)	Склад
Індекс Інклюзивного зростання та розвитку (Inclusive Growth and Development Index – IDI). [5]	В основі 3 складових: зростання та розвиток (ВВП країни на душу населення, продуктивність праці, рівень працевлаштування населення та очікувана тривалість життя); залученість і рівність між поколіннями (середній рівень доходів домашніх господарств, коефіцієнт Джинні, рівень бідності; стійке управління природними та фінансовими ресурсами (частка заощаджень у ВВП, частка державного боргу у ВВП, відношення кількості непрацездатного населення до працездатного, інтенсивність парникових викидів в атмосферу).
Група індикаторів, запропонованих ПРООН. [4]	1) показники, пов'язані з доходом; 2) показники, не пов'язані з доходом; 3) показники зростання і розширення економічних можливостей; 4) показники інфраструктури; 5) соціальна рівність для рівний доступ до економічних можливостей; 6) доступ до послуг соціальної інфраструктури; 7) гендерна рівність; 8) система соціальних гарантій; 9) ефективне державне управління і громадські інститути
Індекс інклюзивності, МВФ [7]	2 групи показників: 1) макроекономічні показники (ВВП на душу населення, частка заборгованості у ВВП, обсяг інвестицій, рівень інфляції, державні витрати, волатильність ВВП; 2) структурні показники – відкритість економіки, рівень освіти, фінансова відкритість, обсяг прямих іноземних інвестицій, розвиток ІКТ, якість інфраструктури, експорт послуг і товарів.

Отже, можна зробити висновок, що основними передумовами, що викликали появу концепції інклюзивного зростання є: розуміння нерівності як гальмівного фактора зростання економіки (у країнах ОЕСР розрив в доходах між 10% найбагатших і 10% найбідніших протягом 1985-2013 рр. зріс з 7 до 10 разів) та фактора зниження стійкості економіки до зовнішніх шоків OECD. [3]

Базуючись на принципах інклюзивного економічного зростання та враховуючи особливості сучасного розвитку соціального сектора у багатьох країнах, визначено такі завдання державного регулювання соціального сектора національної економіки:

розширення структурної політики шляхом включення державного регулювання соціального сектора національної економіки у її складові, узгодження з макроекономічною політикою;

формування інформаційно-аналітичної бази для визначення таргетів державного регулювання національної економіки, що забезпечить багатовимірність інклюзивного економічного зростання. В основі цієї інформаційно-аналітичної бази запропонована система індикаторів, що поряд з економічними (вартісними) вимірниками зростання включає також соціальні та інституційні. Соціальні індикатори відповідно до сучасного розуміння моделі інклюзивного економічного зростання мають містити як об'єктивні вимірники (показники, що базуються на кількісних даних офіційної статистики), так і суб'єктивні оцінки, сформовані за результатами самооцінювання (індивідуальних опитувань) громадян (рис. 1);

розвиток інституційного середовища та економічних механізмів для ефективної взаємодії уряду, ринкового середовища та суб'єктів соціального сектора національної економіки, що забезпечить поєднання фінансових ресурсів з різних джерел (бюджетних коштів, приватного капіталу) для реалізації соціальних завдань інклюзивного економічного зростання

Комплексна реалізація політики державного регулювання орієнтованої на таргети інклюзивного зростання вимагає проведення суб'єктивного оцінювання громадянами добробуту та благополуччя.

Включення у систему індикаторів інклюзивного економічного зростання національної економіки суб'єктивних вимірників наразі ускладнюється через відсутність в Україні відповідної статистичної інформації, а її створення та імплементація у процедури прийняття рішень потребує значної кількості ресурсів та часу, що наразі є досить складним завданням з огляду на бюджетне законодавство і зміну процедур прийняття рішень. Тому на перехідному етапі ми пропонуємо використовувати такі показники, що пропонує офіційна статистики чи комплексні індикатори, побудовані на цій основі.

На міждержавному рівні пропонується широкий підхід до державного регулювання, що включає суб'єктивні оцінки добробуту та благополуччя, які мають дати відповідь на те наскільки добре економічне зростання сприяє розвитку громадяни. У цьому контексті традиційно розглядають три ключові складові оцінювання: економічну, соціальну та екологічну. Також розглядають доступність для громадян екологічних та економічних ресурсів як визначальну одну з основних характеристик зростання добробуту та благополуччя, що сприяє розвитку людського капіталу добробуту. Загалом у площину оцінювання включають оцінювання людського капіталу (рівень життя (матеріальне благополуччя), здоров'я (як психічне, так і фізичне) та знання як передумова розвитку можливостей особи; природного (екологічного) капіталу, включаючи якість природних ресурсів (повітря, воду, сушу та корисні копалини), якість біосфери,

біологічне різноманіття; створений людиною капітал як основа економічного розвитку, що включає фізичний та технологічний капітал (обладнання, будівлі, інфраструктура та нематеріальні активи тощо), а також чисті фінансові активи. Проте наразі система оцінювання будується переважно на об'єктивних показниках

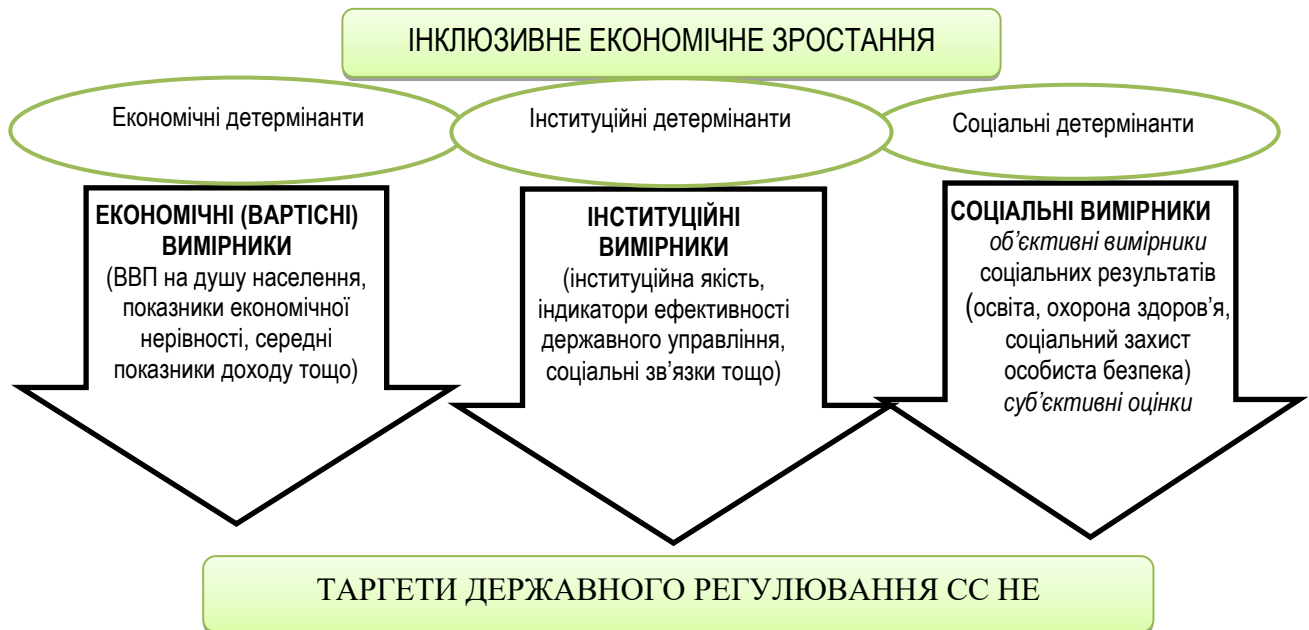


Рис. 1. Трансформація вимірників інклюзивного економічного зростання у таргети державного регулювання СС НЕ

Джерело: побудовано автором

Система суб'єктивного оцінювання як основа для прийняття рішень має враховувати інституційний компонент, а також міждержавні відмінності добробуту, які переважно визначаються економічними детермінантами (безробіття, інфляція тощо).

Також ця система має бути придатна формувати достовірну інформацію про результативність функціонування усіх сфер суспільно-економічної діяльності, а отже, включати широкий спектр факторів та детермінант. У цьому контексті важливою є інституційна детермінанта – інституційна якість як комплексна характеристика національної економіки.

Для усунення термінологічних розбіжностей, які ускладнюють ідентифікацію об'єкта державного регулювання та визначення його економічних меж, на основі аналізу та узагальнення досліджень вітчизняних та закордонних учених ми пропонуємо соціальний сектор розглядати як частину національної економіки, що поєднує у собі сукупність економічних відносин між різними типами інституційних одиниць щодо виробництва, обміну та розподілу суспільних благ за умови, що учасники цих відносин мають на меті досягнення соціальних цілей (створення соціальної цінності) та інституційні обмеження щодо розподілу прибутків.

Для реалізації ефективного державного регулювання соціального сектора національної економіки ми пропонуємо розглядати його у двох площинках: за інституційною побудовою та функціональною структурою. Соціальний сектор за інституційною побудовою являє собою стійку сукупність інститутів (формальних і неформальних), що забезпечують функціонування суб'єктів соціального сектора, визначаючи їх взаємодію з іншими секторами національної економіки: публічним (державним) та приватним (комерційним) у процесі реалізації цілей діяльності. Соціальний сектора за функціональною структурою являє собою сукупність сфер, зорієнтованих на задоволення певної суспільної потреби чи сукупності потреб (освіта, охорона здоров'я, соціальний захист тощо).

**Висновки.** Теоретичним базисом державного регулювання соціального сектора національної економіки є концепція інклюзивного економічного зростання, відповідно до принципів якої державне регулювання соціального сектора доцільно розглядати як складову структурної політики, що має на меті підвищення потенціалу зростання національної економіки у довгостроковій перспективі шляхом розширення пропозиції соціальних послуг з боку суб'єктів соціального сектора, зростання продуктивної зайнятості через розвиток кооперативних форм підприємництва, соціального підприємництва тощо.

### Література

1. OECD. (2014). Framework for Inclusive Growth. URL: : [http://www.oecd.org/mcm/IG\\_MCM\\_ENG.pdf](http://www.oecd.org/mcm/IG_MCM_ENG.pdf)
2. OECD. (2015). All on Board Making Inclusive Growth Happen. URL: : <https://www.oecd.org/inclusive-growth/All-on-Board-Making-Inclusive-Growth-Happen.pdf>
3. OECD. (2016b). Policy Shaping and Policy Making: Governance of Inclusive Growth Publishing, URL: Paris. <https://www.oecd.org/governance/ministerial/the-governance-of-inclusive-growth.pdf>



4. UNDP (2013). Exploring and Strengthening the Intersections between Social Protection, Employment and Inclusive Growth. URL: <http://www.ipc-undp.org/publication/26527>
5. WEF (2017). The official site of World Economic Forum, Inclusive Growth and Development Report available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Forum\\_IncGrwth\\_2017.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2017.pdf)
6. World Bank. (2018). Inclusive Growth : A Synthesis of Findings from Recent IEG Evaluations (English). Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/338861540490548619/Inclusive-Growth-A-Synthesis-of-Findings-from-Recent-IEG-Evaluations>
7. Anand R. A., Mishra S. and Peiris Sh. J. (2013). Inclusive growth: Measurement and determinants, IMF Working Paper. No. 13/135. URL: <https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/EP122.pdf>
8. Ianchovichin E., Lundstrom S. (2016). What is inclusive development? Report of World Bank Group. URL: <https://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf>

### References

1. OECD. (2014). Framework for Inclusive Growth. URL: [http://www.oecd.org/mcm/IG\\_MCM\\_ENG.pdf](http://www.oecd.org/mcm/IG_MCM_ENG.pdf)
2. OECD. (2015). All on Board Making Inclusive Growth Happen. URL: <https://www.oecd.org/inclusive-growth/All-on-Board-Making-Inclusive-Growth-Happen.pdf>
3. OECD. (2016b). Policy Shaping and Policy Making: Governance of Inclusive Growth Publishing, URL: Paris. <https://www.oecd.org/governance/ministerial/the-governance-of-inclusive-growth.pdf>
4. UNDP (2013). Exploring and Strengthening the Intersections between Social Protection, Employment and Inclusive Growth. URL: <http://www.ipc-undp.org/publication/26527>
5. WEF (2017). The official site of World Economic Forum, Inclusive Growth and Development Report available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Forum\\_IncGrwth\\_2017.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2017.pdf)
6. World Bank. (2018). Inclusive Growth : A Synthesis of Findings from Recent IEG Evaluations (English). Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/338861540490548619/Inclusive-Growth-A-Synthesis-of-Findings-from-Recent-IEG-Evaluations>
7. Anand R. A., Mishra S. and Peiris Sh. J. (2013). Inclusive growth: Measurement and determinants, IMF Working Paper. No. 13/135. URL: <https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/EP122.pdf>
8. Ianchovichin E., Lundstrom S. (2016). What is inclusive development? Report of World Bank Group. URL: <https://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf>

Рецензія/Peer review : 16.10.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 336.71

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-154-157

ПОЛЯХ С. С.  
Сумський державний університет

## РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ІНТЕРЕСІВ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

*В роботі проаналізовано діяльність Національного банку України в процесі забезпечення системи захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг України. В результаті аналізу було виявлено, що на сьогодні роль Національного банку у порівнянні з іншими регуляторними інститутами є важливою, в контексті чого децю зміщуються акценти його функціонального забезпечення.*

*Ключові слова: Національний банк України, ринок фінансових послуг, захист інтересів споживачів.*

POLIAH S.  
Sumy State University

## THE ROLE OF THE NATIONAL BANK IN THE PROCESS OF PROVIDING THE CONSUMER INTEREST PROTECTION SYSTEM IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET OF UKRAINE

*The system of consumer protection in the financial services market is based on three blocks: consumers' willingness to be both active participants in the financial services market and take a number of measures aimed at securing their rights, which is identified through the level of financial literacy of the adult population; actual involvement of the population in the financial services market; consumer safety in the financial services market. In Ukraine, as a country that belongs to developing countries in terms of economic level of development, the question of ensuring the proper level of compliance with all these blocks in the context of organizing a quality system of consumer protection in the financial services market is relevant and needs to be addressed. The purpose of the article is to analyze the activities of the National Bank of Ukraine and substantiate its activities in the direction of providing a system of consumer protection in the financial services market. As a result, the National Bank is entrusted with a number of functions which should contribute to the establishment of acceptable conditions for consumers in the financial services market: controlling, informative and advisory*

*Key words: National bank of Ukraine, the financial services market, the consumer interest protection*

**Вступ.** Система захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг базується на трьох блоках: готовність споживачів бути одночасно активними учасниками ринку фінансових послуг і сприймати ряд заходів, направлених на забезпечення їх прав, що ідентифікується через рівень фінансової грамотності дорослого населення; фактична залученість населення до ринку фінансових послуг; безпека споживачів на ринку фінансових послуг. В Україні, як країні, яка за економічним рівнем розвитку належить до країн, що розвиваються, питання забезпеченості належного рівня дотримання всіх перерахованих блоків в контексті організації якісної системи захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг є актуальним і потребує вирішення.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Постановою Правління Національного банку України № 391 від 18 червня 2015 р. було затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року, остання редакція якої відбулася у травні 2018 року [0]. Відповідно до ключової мети даної Програми в Україні потрібно створити таку фінансову систему, яка повинна створювати умови для сталого економічного розвитку шляхом ефективного розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів в умовах вільного ринкового середовища. Для реалізації цього проекту створено спеціальний орган – Цільову команду з упровадження реформ у фінансовому секторі, до якої входять наступні організації: Національний банк України (НБУ); Комітет з питань банків та банківської діяльності; Верховна рада України; Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР); Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО); Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг); Секретаріат Кабінету міністрів України; Міністерство фінансів; Адміністрація Президента; Національне антикорупційне бюро; громадські організації; профільні експерти.

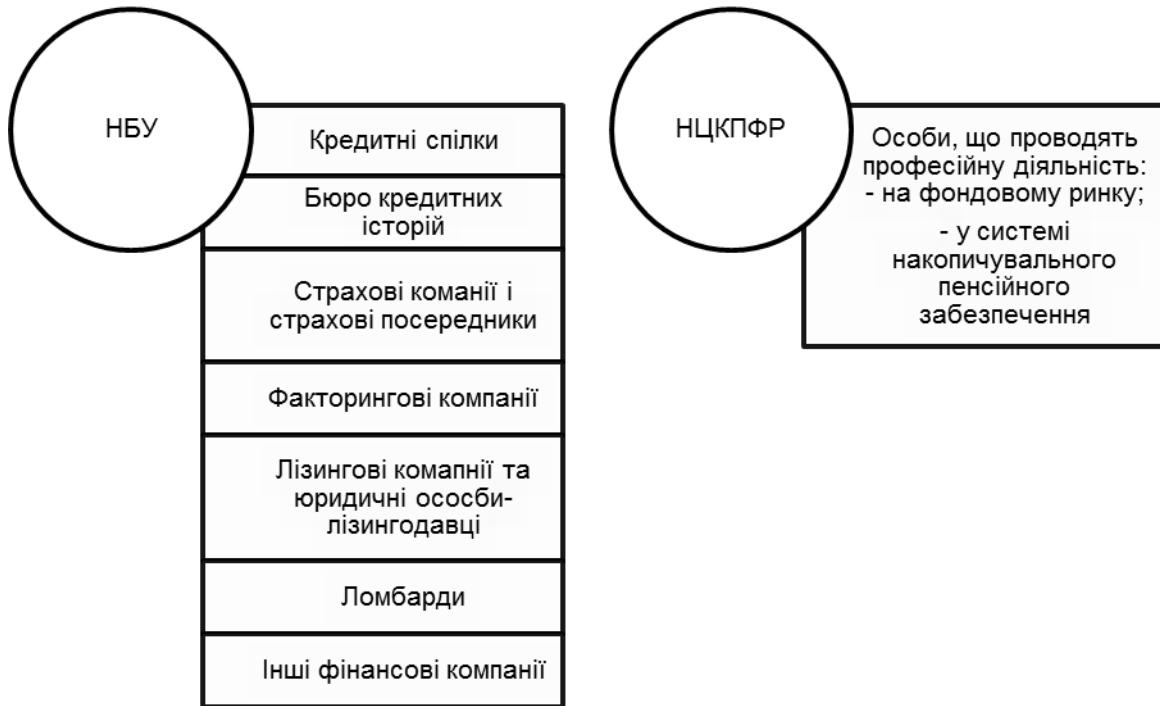
Як бачимо, перелік учасників Цільової команди включає в себе стейкхолдерів різного рівня, які мають безпосереднє відношення до процесу реформування фінансового сектору в цілому та забезпечують підтримку ринку і громадського суспільства. Програма складається із восьми розділів, які в хронологічному порядку («минуле-теперішнє-майбутнє») аналізують вітчизняну фінансову систему та зосереджують свою увагу на реалізації заходів за трьома основними напрямками:

- забезпечення стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору;
- розбудова інституційної спроможності регуляторів фінансового сектору та ФГВФО;

- захист прав споживачів фінансових послуг та інвесторів.

**Мета роботи.** Метою статті є аналіз діяльності Національного банку України та обґрунтування його діяльності в напрямку забезпечення системи захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг.

**Викладення основних результатів дослідження.** Роль Національного банку України в процесі забезпечення системи захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг в контексті Законопроектів №2413-а «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо консолідації функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг» [0] та №2456-д «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення захисту прав споживачів фінансових послуг» [0], які перебувають на сьогоднішній день в очікуванні другого читання Верховної ради, стає однією із вирішальних. Так, відповідно до даного Законопроекту схема управління небанківським сектором набуває такого вигляду (рис. 1).



**Рис. 1** Схема управління небанківським сектором відповідно до Законопроекту №2413-а «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо консолідації функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг»

Безумовно подібне перекалібрування відповідальності потребуватиме перегляду багатьох аспектів стосовно забезпечення діяльності перерахованих суб'єктів фінансового сектору, а саме:

- запровадження гнучких правил надання різними суб'єктами небанківського сектору суміщених фінансових послуг наприклад, поєднання факторингу, фінансового лізингу та обміну валют;

- зміна форми ліцензування діяльності суб'єктів небанківського сектору з урахуванням ділової репутації та професійної придатності керівного складу організації, а також специфіки їхньої структури власності;

- з метою забезпечення фінансової стійкості суб'єктів небанківського сектору проводитиметься регулярний пруденційний нагляд за їхньою діяльністю з урахуванням різного характеру ризиків, що супроводжують їх;

- регулярне проведення перевірок звітності небанківських фінансових установ та їхньої відповідності міжнародним стандартам, періодичність яких залежатиме на пряму від розмірів установи, яку перевіряють;

- перегляд схеми корпоративного управління суб'єктів небанківського сектору та системи забезпечення захисту інтересів споживачів.

З метою налагодження вектору, спрямованого на забезпечення інтересів споживачів, НБУ орієнтуватиметься у своїй діяльності на шість напрямків (рис. 2).

Визначені напрямки, в контексті розширення повноважень НБУ в сегменті управління небанківськими фінансовими інститутами, передбачають зосередження особливої уваги на нормативно-правовому забезпеченні даного процесу та його відповідності світовим стандартам. Крім того, звертається особлива увага на налагодження компенсаційної системи для споживачів фінансових послуг: кожен

споживач повинен буде мати можливість отримати матеріальну компенсацію, якщо йому були надані неякісні фінансові послуги, що тим самим сприятиме підвищенню ефективності роботи банківських та небанківських фінансових інститутів. Як результат, планується створення аналогічно до існуючого ФГВФО в банківському сегменті відповідних інститутів для небанківського кола суб'єктів – Фонду гарантування вкладів у кредитних спілках і Фонду гарантування страхових виплат за договором страхування життя.

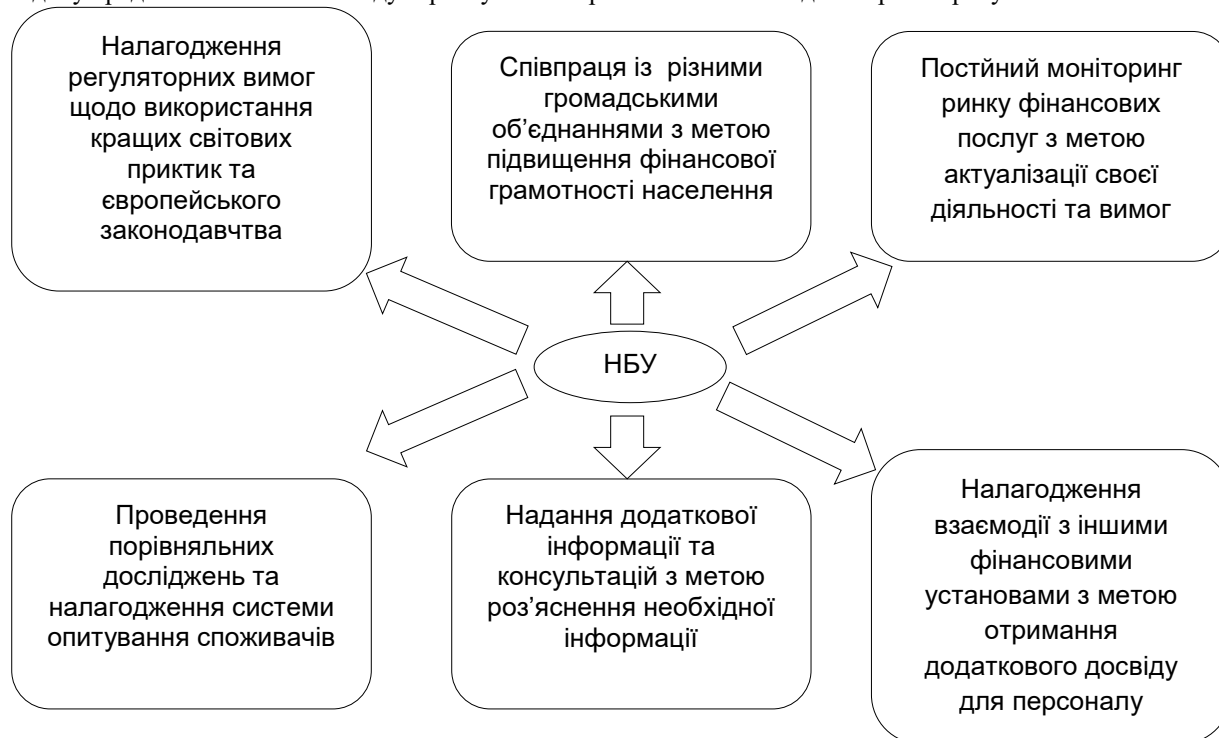


Рис. 2 Напрямки діяльності НБУ у сфері забезпечення системи захисту інтересів споживачів на ринку фінансових послуг

**Висновки.** Таким чином, сьогодні на Національний банк покладається ряд функцій, які повинні сприяти налагодженню прийнятних умов для споживачів на ринку фінансових послуг: контролюючу, інформативну та рекомендаційну. На НБУ тепер покладається процес ініціювання створення та імплементації нормативно-правових актів у сфері захисту прав споживачів як для банківського, так і небанківського сегментів; проведення ревізій стану дотримання правил із надання фінансових послуг та дотримання законодавства (в т.ч. перевірка належного стану документації); визначення вимог щодо розкриття інформації банківськими і небанківськими фінансовими інститутами; оприлюднення на офіційному веб-сайті щоквартальних оглядів відносно фактів застосування законодавства у сфері захисту інтересів споживачів фінансових послуг; застосування додаткових заходів впливу (попередження, штрафи, стягнення) у ситуації порушення інтересів споживачів фінансових послуг; розробка пропозицій щодо вдосконалення відповідної законодавчої бази та забезпечення методичними рекомендаціями відносно підвищення рівня фінансової грамотності та фінансової залученості споживачів.

### Література

1. National Strategy for Financial Literacy, Count me in, Canada [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/eng/financialliteracy/financialliteracycanada/strategy/documents/nationalstrategyforfinancialliteracycountmeincanada.pdf>.
2. Звіт про виконання Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.nfp.gov.ua/files/17\\_Strategiya/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%9A%D0%9F%202020%20%D0%B7%D0%B0%202018%20%D1%80%D1%96%D0%BA\\_.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/17_Strategiya/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%9A%D0%9F%202020%20%D0%B7%D0%B0%202018%20%D1%80%D1%96%D0%BA_.pdf).
3. Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73007243>.
4. Майбутнє у регулюванні небанківського фінансового сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80189428>.
5. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо консолідації функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг, проект Закону України №2413-а [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=56124](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=56124).
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення захисту прав споживачів фінансових послуг. Проект Закону України №2456-д [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20>
7. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб, Закон України, поточна редакція від 09.02.2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.
8. Фінансова грамотність, обізнаність та інклюзія в Україні: звіт про дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83136332>.

**References**

1. National Strategy for Financial Literacy, Count me in, Canada [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/eng/financialliteracy/financialliteracycanada/strategy/documents/nationalstrategyforfinancialliteracycountmeincanada.pdf>.
2. Zvit pro vykonannya Kompleksnoyi prohramy rozvytku finansovoho sektoru Ukrayiny do 2020 roku za 2018 rik [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : [https://www.nfp.gov.ua/files/17\\_Strategiya/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%9A%D0%9F%202020%20%D0%B7%D0%B0%202018%20%D1%80%D1%96%D0%BA\\_.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/17_Strategiya/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%9A%D0%9F%202020%20%D0%B7%D0%B0%202018%20%D1%80%D1%96%D0%BA_.pdf).
3. Kompleksna prohrama rozvytku finansovoho sektoru Ukrayiny do 2020 roku : [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73007243>.
4. Maybutnye u rehulyuvanni nebankivs'koho finansovho sektoru : [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80189428>.
5. Pro vnesennya zmin do deyakykh zakonodavchykh aktiv Ukrayiny shchodo konsolidatsiyi funktsiy iz derzhavnoho rehulyuvannya rynkiv finansovykh posluh, projekt Zakonu Ukrayiny №2413-a : [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=56124](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=56124).
6. Pro vnesennya zmin do deyakykh zakonodavchykh aktiv Ukrayiny shchodo udoskonalennya zakhystu prav spozhyvachiv finansovykh posluh. Projekt Zakonu Ukrayiny №2456-d [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20>
7. Pro systemu harantuvannya vkladiv fizychnykh osib, Zakon Ukrayiny, potochna redaktsiya vid 09.02.2019 r. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.
8. Finansova hramotnist', obiznanist' ta inklyuziya v Ukrayini: zvit pro doslidzhennya [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83136332>.

Рецензія/Peer review : 16.10.2018    Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 339.138

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-158-162

ШВЕД О. М.

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

## МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОЦЕС ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛІЗАТОРІВ ГАЗУ

*В роботі формалізований маркетинговий процес діяльності підприємств реалізаторів газу. В результаті аналізу маркетингового процесу інструментом комплексу маркетингу проаналізовані його основні елементи та специфічні особливості надаваних послуг, сформовано цінову політику, визнано місце надання послуг та виявлено ефективні засоби комунікацій.*

*Ключові слова: маркетинг, процес, газотранспортні підприємства, послуга, ціна, місце, просування.*

SHVED O.

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano-Frankivsk, Ukraine

## MARKETING PROCESS OF ENTERPRISES OF GAS REALIZERS

*Consider the model of the marketing process of gas companies. The marketing process and its main activities are activities that take place at every gas sales company, regardless of whether a marketing plug-in is used for this activity, the difference is only in the proper organization and necessary management of these processes. The model is designed to summarize the process of activity and to form on it the necessary action plan for managing the enterprise and forming the marketing vector of actions.*

*The complex of marketing of enterprises of gas sellers, its main elements and specific features, allow to analyze complexly the marketing process and to determine the directions of action of enterprises of gas sellers. However, the lack of a high level of market relations development, low consumer culture and lack of marketing orientation in a large number of enterprises necessitate increased competition in the oil market and redistribution of consumer preferences.*

*Keywords: marketing, process, gas transportation enterprises, service, price, location, promotion.*

**Вступ.** Функціонування економіки України у ринкових умовах вимагає переорієнтації господарюючих суб'єктів на нові форми і методи роботи, що дозволяють підтримувати оптимальний рівень фінансово-економічних показників у виробничій діяльності. У зв'язку з цим, багато промислових підприємств віддають перевагу новим методам роботи зі споживачами та просування послуг на ринку, які традиційно знаходять своє відображення в теорії маркетингу. Незважаючи на те, що дане питання було висвітлено у значній частці як вітчизняної, так і закордонної літератури, застосування практичного маркетингу на підприємствах реалізаторах газу й досі залишається недостатнім. В даній ситуації необхідною є розробка шляхів раціоналізації управління маркетинговою діяльністю, що є неможливою без врахування взаємодії економічного та філософського підходів. Таким чином, актуальність поставленої проблеми визначається: високим ступенем значущості маркетингової діяльності для підприємства в цілому; відсутністю системного підходу до практичного застосування філософського та економічного підходів в прийнятті управлінських рішень [1].

Зумовлена необхідністю комплексного підходу до здійснення управління маркетинговою діяльністю, що дозволить розробити її адекватну систему, визначити та врахувати вплив дестабілізуючих чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ, використати можливості, які створюються цими середовищами, для досягнення інтересів суб'єкта господарювання.

**Експериментальна частина.** Маркетинговий процес підприємств реалізаторів газу - це серія взаємопов'язаних заходів, які починаються з виявлення ринку газу і попиту і включають планування, розробку, виробництво, розподіл і продаж товарів і послуг споживачам.

Маркетинг стає вихідним пунктом процесу бізнес-планування підприємств реалізаторів газу. Підприємства реалізатори газу розглядають свою діяльність як нерозривний послідовність створення цінностей і їх надання. Ця послідовність включає три фази:

- вибір конкретного виду цінності - є етап маркетингової діяльності, що випереджає створення будь-якого продукту. При цьому необхідно сегментувати ринок підприємств реалізаторів газу, вибрати певний його сегмент і позиціонувати на ньому пропоновану цінність. Формула - сегментування, цільовизначенню, позиціонування - висловлює суть стратегічного маркетингу підприємств реалізаторів газу.

- як тільки підприємство реалізатор газу зупинило вибір на конкретній цінності, воно готується до того, щоб вивести її на ринок. В деталях розробляються чіткі характеристики продукту і послуг, встановлюється ціна, орієнтована на обраний сегмент ринку, починається виробництво і розподіл продукту.

- передача цінності споживачеві. Тут тактичний маркетинг полягає в стимулюванні збуту, просування товару і рекламу, а також інших заходах, націлених на доведення до ринку інформації про продукт. Маркетинговий процес починається до появи продукту на світло, триває під час його розробки, виробництва і після того, як він стане доступним споживачеві.

Розглянемо модель маркетингового процесу підприємств реалізаторів газу (рис. 1). Маркетинговий

процес та його основні заходи - це діяльність, яка має місце на кожному підприємстві реалізаторі газу, не зважаючи на те, чи вживається до цієї діяльності приставка “маркетинг”, різниця лише в правильній організації та необхідному управлінні цими процесами. Модель розроблена для узагальнення процесу діяльності та формування на його основі необхідного плану дій щодо управління підприємством та формування маркетингового вектору дій. Маркетинг підприємств реалізаторів газу – це система організації його діяльності з використанням лише базових маркетингових заходів. Звісно, не можна стверджувати про повне ігнорування маркетингу, але більшість малих підприємств використовують лише окремі його інструменти [2].

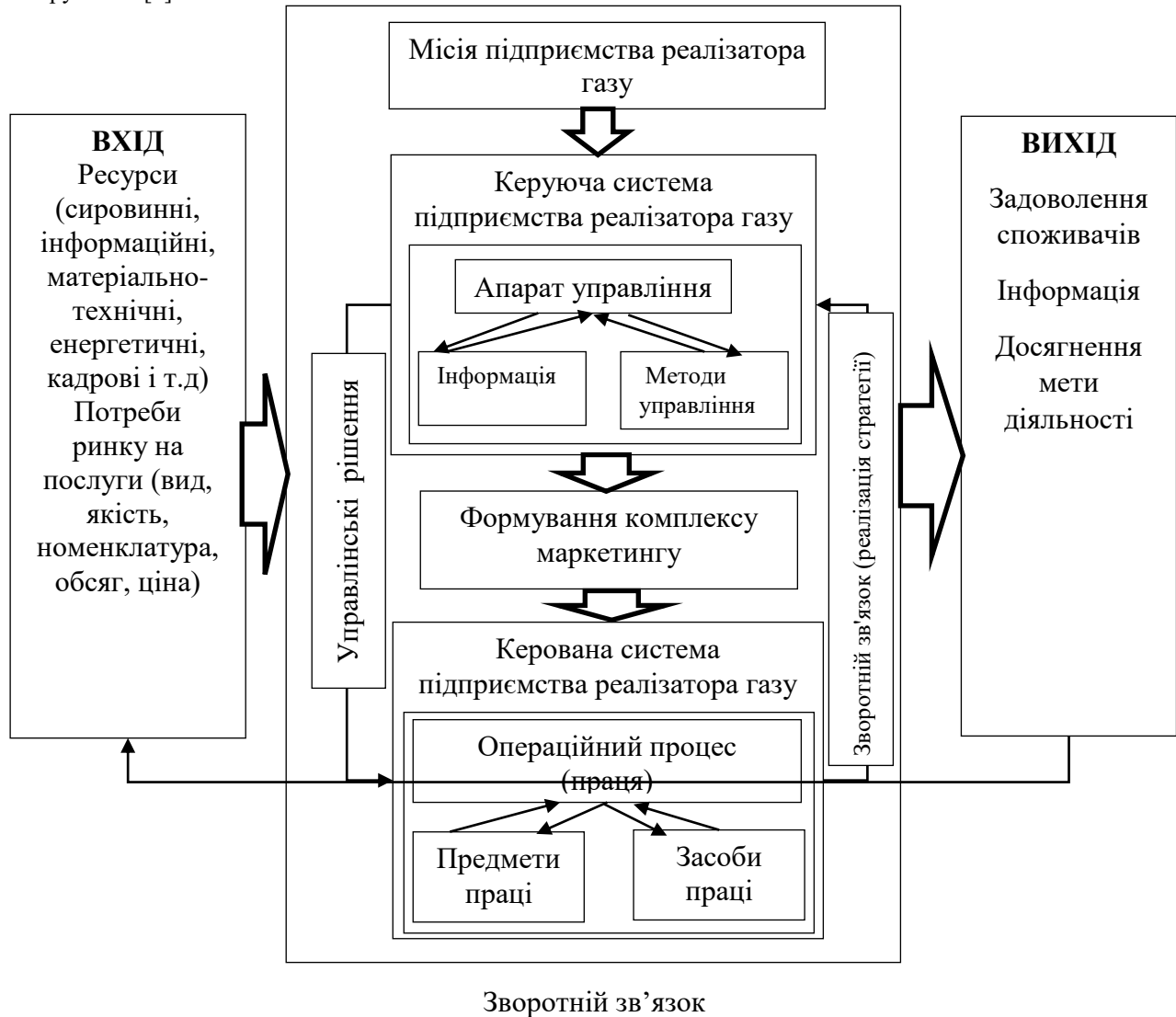


Рис. 1. Маркетинговий процес діяльності підприємств реалізаторів газу

У більшості невеликих компаній маркетингова діяльність підприємств реалізаторів газу здійснюється на тактичному та оперативному рівні. Це означає, що підприємці в основному живуть сьогоднішнім днем – збільшити продажі і подумати, що робити далі. Але навіть на цьому рівні спостерігається певна плутанина і не завжди правильне застосування різних маркетингових інструментів. Хаотичне використання тактичного та оперативного маркетингу дозволяє підприємствам реалізаторів газу вирішувати бізнес завдання, які актуальні тільки сьогодні, але не дозволяє компанії розвиватися і нарощувати свій потенціал. З цього випливає, що підприємств реалізаторів газу, які не дбають про збільшення своєї конкурентоспроможності, стають дуже вразливими для конкурентів. [3, с. 96]

Впровадження комплексу маркетингу на підприємствах реалізаторах газу є трудомістким, затратним, багаторівневим, довготривалим процесом, що потребує багато зусиль не тільки підприємства в цілому, а й окремо кожного працівника. Варто звернути увагу на інструменти комплексу маркетингу, які застосовуються на підприємствах он-лайн та оф-лайн торгівлі. Спробуємо дослідити основні складові комплексу маркетингу, розглянувши структуру та інструменти комплексу маркетингу підприємств реалізаторів газу (рис. 2).

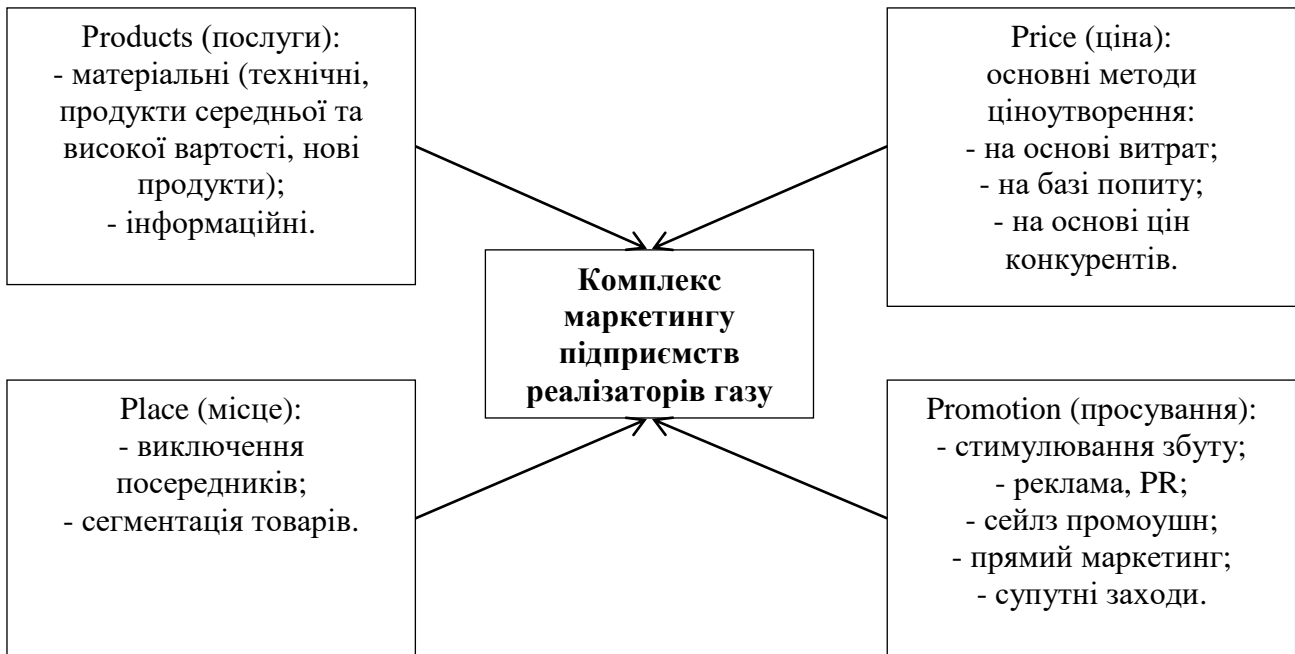


Рис. 2. Комплексу маркетингу підприємств реалізаторів газу

Комплекс маркетингу підприємств реалізаторів газу розглядає products (товари), які в свою чергу поділяються на: material products (матеріальні продукти), до складу яких входять високотехнічні продукти, що вимагають аналізу значних обсягів інформації, які можуть бути представлені на ринку; technical products (технічні продукти) представлені для спеціалістів певних галузей; products of medium and high value (продукти середньої та високої вартості) призначені для споживачів з високим рівнем доходу та певної кваліфікації; new products (нові продукти) – презентація товару споживачам з інформаційним супроводженням; information products (інформаційні продукти), які можуть надаватися на безкоштовній основі з метою рекламування, просування торгової марки, або для економічної вигоди.

Для того, щоб залучити якнайбільшу кількість споживачів варто використовувати інформаційні продукти, які є візитною карткою успіху підприємства на ринку, а матеріальні продукти є безпосереднім засобом отримання прибутку. Розглянемо відмінність нафтопродукту, який значною мірою відрізняється від звичайного продукту (табл. 1).

Таблиця 1

## Відмінність нафтопродукту від традиційного продукту

№	Характеристика	Традиційний продукт	Нафтопродукт
1	Представлення продукту	Матеріальне розміщення	Матеріальне розміщення (резервуари)
2	Доступ до продукту	Лише у робочі часи компанії та за чітко вказаною адресою	Будь-який час та з конкретного місця зберігання
3	Способи оплати	Готівковий, безготівковий (кредитна картка)	Безліч способів оплати: безготівковий (кредитна картка, платіжні термінали, служби переказу грошей); готівковий
4	Специфічні особливості	Матеріальний товар	Матеріальний товар + інформаційний товар
5	Отримання продукту	У магазині, для габаритних продуктів – доставка	Доставка цистернами, бензовозами, трубопроводом і т. д.
6	Присутність продукту	Можна протестувати, переглянути продукт тощо.	Продукт неможливо відчутти, доторкнутися тощо.
7	Цінова привабливість	Продукт дорожче від інтерактивного продукту.	Продукт є специфічним для своєї галузі
8	Оцінювання продукту	Лише поклатися на поради продавця-консультанта та власну думку	Можна проконсультуватися з користувачів продуктом

Формування цін на ринку нафтопродуктів є найбільш важливим елементом управління маркетинговою діяльністю підприємства. Правильність прийняття рішень щодо встановлення цін на товари та послуги, розробка системи знижок, планування та вибір вдалого моменту зміни цін є шляхом до процвітання підприємства в цілому. Ведення бізнес-активності має привабливіші ціни для споживачів, на відміну від традиційної економічної активності, за рахунок залучення торгових агентів, використання зворотних аукціонів, наявності безмитних зон, високого рівня конкуренції, цінової еластичності ринку, швидкої зміни цін, формування венчурного капіталу. Але все ж таки залишається визначальним фактором встановлення цін на товари та послуги – виробник, від якого залежить подальша політика ціноутворення інших учасників товароруху [4, с. 260 – 289].

При встановленні цін на ринку нафтопродуктів використовуються основні методи традиційного маркетингу: орієнтація на витрати, орієнтація на попит і кон'юктуру ринку, на основі цін конкурентів. Цінність товару у свідомості споживача підвищується тоді, коли підприємство надає високий рівень



обслуговування, знижує вартість транзакції, мінімізує витрати на обслуговування протягом життєвого циклу.

Методи встановлення цін на ринку нафтопродуктів повинні базуватися на таких принципах: цільова направленість процесу ціноутворення, варіативність, неперервність, циклічність, послідовність, научність, обґрунтованість, адаптивність, універсальність, оперативність. Указані принципи є фундаментом формування цін на товари та послуги у сфері роздрібної електронної торгівлі, але спробуємо не забути про фактори, які визначають ціну та необхідні для її встановлення:

- планування системи знижок, що здійснюється при встановленні базових цін на продукт, що слугують залученням більшої кількості споживачів;
- розрахунок повного комплексу витрат на кожний продукт окремо;
- економічна вигода від реалізації продукту у продавця та при купівлі у споживача;
- визначення цільового ринку, цільової аудиторію та потенційних конкурентів; адекватна оцінка якості продукту;
- дослідження наявності продуктів-субститутів та продуктів-комплементів;
- розрахунок верхньої та нижньої межі цін на продукти (нижня межа – витрати на виробництво та розповсюдження, верхня межа – максимальна вигода від реалізації даного продукту);
- організація інформування про ціни потенційних споживачів на нові продукти чи зміни вже встановлених цін, що створює позитивний імідж у споживачів;
- чітко встановлена ціль ціноутворення: на основі збуту, на основі прибутку та на існуючому положенні;
- визначення загальної політики та методів ціноутворення, що формують подальші дії підприємства;
- оцінка стратегій просування та розповсюдження продуктів виробниками та система знижок на продукцію у виробника (знижка залежить від об'ємів реалізуємо продукції);
- вплив етапу життєвого циклу продукту на його ціну має пряму залежність; вплив макроекономічних факторів на економічну ситуацію в країні в цілому та кризові ситуації в економіці.

Вищенаведені фактори є ключовими рушійними силами при прийнятті управлінських рішень встановлення цін на товари та послуги.

Існують такі недоліки прийняття та реалізації управлінських рішень встановлення цін на ринку нафтопродуктів:

1. Для підприємств, які працюють на ринку нафтопродуктів дуже важливим є враховувати ряд вподобань, побажань щодо певних груп товарів та послуг. Це завдання є складним для підприємств, що призводить до недосконалості критеріїв та методик оцінки рівня споживчих якостей товарів та послуг.
2. Ціни розглядаються відокремлено від інших елементів комплексу маркетингу: просування та збут.
3. Для отримання вихідних даних для встановлення цін на товари та послуги часто використовується недостовірна, неповна, вторинна інформація.
4. У багатьох випадках ціни встановлюються на основі цін конкурентів, що призводить до демпінгу цін та недоотримання прибутку.

Вищенаведені недоліки слугують для підприємств, що працюють на ринку нафтопродуктів певним індикатором загроз, обумовлюючи необхідність використання комплексного підходу встановлення цін, планування рівня базових цін, організації збору необхідних даних та аналізу найбільш вагомих ціноутворюючих факторів.

Підприємству, що працює на ринку нафтопродуктів, щоб утримувати лідируючі позиції на ринку та налагодити систему збуту варто застосовувати конкретний та системний підхід *promotion* (просування) електронних продуктів. Одна з головних причин цього в тому, що кожний продукт потребує свого підходу для продажу, який розрахований для кожного споживача окремо, тому дуже важливо індивідуалізувати підхід підприємства продажу продуктів.

Просування продуктів найчастіше здійснюється шляхом реклами, стимулювання збуту, паблік рілейшнз (PR), сейлз промоушн, прямого маркетингу, супутніх заходів.

Розглянемо перелік інструментів маркетингових комунікацій, які застосовують підприємства, що працюють на ринку нафтопродуктів (табл. 2).

У табл. 2 наведені інструменти комунікацій, які доцільно застосовувати на підприємстві, що працює на ринку нафтопродуктів, та переваги їх застосування.

Аналіз комунікацій діяльності суб'єктів ринку нафтопродуктів дає підстави для наступних висновків: просування нафтопродуктів повинно ґрунтуватися на комплексній, безперервній, систематичній основі; усі вищенаведені інструменти маркетингових комунікацій повинні взаємодоповнювати один продуктів.

Просування нафтопродуктів найчастіше здійснюється шляхом реклами, стимулювання збуту, паблік рілейшнз (PR), сейлз промоушн, прямого маркетингу, супутніх заходів.

Ще одним важливим елементом комплексу маркетингу є місце (*place*). Збутова політика підприємства, що працює на ринку нафтопродуктів ґрунтується на розробці шляхів розподілу товарів від виробника до споживача. Для цього варто використовувати: виключення посередників, здійснення сегментації товарів.

Таблиця 2

## Інструменти маркетингових комунікацій

№	Маркетингові комунікації	Характеристика маркетингової комунікації	Види маркетингових комунікацій	Переваги застосування
1	Стимулювання збуту	певні види діяльності, які сприяють зростанню об'ємів продажу нафтопродуктів	- організації презентацій продукту; - застосування спеціальних дисконтних програм; - проведення спеціальних лотерей тощо.	- налагодження стосунків між підприємством та посередниками, бізнес- партнерами персоналом та споживачами; - підвищення культури обслуговування за рахунок формування позитивного враження у споживачів; - впровадження в стислі терміни, без особливих труднощів і попередньої підготовки.
2	Паблік релішнз (PR)	Комплексу заходів, які спрямовані на формування гармонійних відносин підприємства із споживачами та іншими учасниками ринку, зміцнення іміджу.	- позитивні публікації, відгуки про підприємство та продукт; - презентації, прес-конференції; - дні відкритих дверей і тощо.	- формування бажаної громадської думки, створення іміджу, сприяння обізнаності аудиторії; - охоплення широкого кола споживачів; - довготривале формування позитивного образу підприємства.
3	Прямий маркетинг	Слугує запорукою успіху просування нафтопродуктів шляхом спілкування потенційних і реальних покупців продукту	Розсилка інформації щодо пропонування продуктів (каталоги, прайси, певні пропозиції, інформацію про акції, телефонні звернення, смс тощо);	- збір потрібної інформації відносно ступеню задоволеності споживачів придбаним продуктом; - моніторинг загальних потреб, бажань і інтересів з ціллю налагодження довготривалих відносин між підприємством та споживачем
4	Супутні заходи	додає заходи підприємства, які використовуються для вирішення різних задач, що пов'язані з підвищенням ефективності її ринкової діяльності.	- фільми, відеоролики про підприємство, продукцію тощо; - участь у спеціалізованих виставках, спонсорство; - щорічні звіти про результати діяльності підприємства тощо.	- розширення клієнтської бази; - проведення аналізу конкурентів, споживачів, сильних та слабких сторін підприємства; - забезпечення прихильності споживачів до продуктів та підприємства

Перевагою здійснення збутової політики підприємством в мережі Інтернет є автоматизація процесу збору замовлень, здійснення платежів, ведення баз даних покупців, дослідження кон'юнктури ринку, визначення попиту та пропозиції на конкретні види товарів. Ведення економічної активності в мережі Інтернет може викликати зміни в системі товарообігу, тобто відбувається виключення посередників. Також зазначимо, для ефективного існування он-лайн підприємства варто здійснювати сегментацію товарів, отже, продавати ті товари, які оф-лайн торгівля не пропонує.

Якісне обслуговування споживача, надання належного сервісу є обов'язком кожного підприємства. Завдяки високому сервісу підвищується споживча вартість нафтопродуктів. Здійснюється шляхом розширення інформації про товар; зворотний зв'язок із споживачами; відповіді на запитання тощо.

Таким чином, на ринку нафтопродуктів переважає форма встановлення оптової ціни, власних витрат підприємства, торговельної націнки, купівельного попиту, цін конкурентів.

**Висновки.** Отже, комплекс маркетингу підприємств реалізаторів газу, його основні елементи та специфічні особливості, інструменти маркетингових комунікацій дозволяють комплексно проаналізувати маркетинговий процес та визначити напрями дій підприємств реалізаторів газу. Однак, на наш погляд, недостатньо високий рівень розвитку ринкових відносин, низька споживча культура і відсутність маркетингової орієнтації у значній кількості підприємств вимагають підвищення рівня конкуренції на ринку нафтопродуктів та перерозподілення вподобань споживачів.

## Література

1. Шиманська А. А. (2015) Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства: економічний та філософський підходи. Економіка: реалії часу. - № 3. - С. 166-171. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch\\_2015\\_3\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2015_3_26)
2. Ковбас І. М. (2015) Формування системи управління маркетинговою діяльністю підприємства. Сталій розвиток економіки. - № 3. - С. 260-267. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2015\\_3\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_40)
3. Сахацький М.П. (2001). Управління маркетингом агроформувань. Економіка АПК. – № 2. – С. 94–97
4. Ілляшенко Н.С. (2011). Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія – Суми: «Вид-во СумДУ», – 192с.

## References

1. Shymanska A. A. (2015) Upravlinnia marketynhovoju diialnistiu promyslovoho pidpryemstva: ekonomichniy ta filosofskiy pidkhody. Ekonomika: realii chasu. - № 3. - S. 166-171. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch\\_2015\\_3\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2015_3_26)
2. Kovbas I. M. (2015) Formuvannya systemy upravlinnia marketynhovoju diialnistiu pidpryemstva. Stalyi rozvytok ekonomiky. - № 3. - S. 260-267. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2015\\_3\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_40)
3. Sakhatskiy M.P. (2001). Upravlinnia marketynhom ahroformuvan. Ekonomika APK. – № 2. – S. 94–97
4. Ilyashenko N.S. (2011). Orhanizatsiino-ekonomichni zasady innovatsiinoho marketynhu promyslovykh pidpryemstv: monohrafiya – Sumy: «Vyd-vo SumDU», – 192c.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018 Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-163-168

КСЕНЖУК О. С.

Тернопільський національний економічний університет

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ ДОРОГОЦІННИМИ МЕТАЛАМИ НА ТОВАРНИХ БІРЖАХ

*У статті визначено, що дорогоцінні метали стають привабливими об'єктами для інвестування. Обґрунтовано роль товарних бірж у торгівлі дорогоцінними металами. Проаналізовано динаміку світових цін на дорогоцінні метали та аргументовано їхню інвестиційну привабливість. Обґрунтовано складність торгівлі золотом на товарних біржах та визначено її особливості.*

*Охарактеризовано особливості інституційного забезпечення торгівлі дорогоцінними металами, зокрема на товарних біржах. Розкрито роль біржі COMEX як найбільш ліквідної з торгівлі дорогоцінними металами у світі, проаналізовано процес виконання біржових контрактів. Підтверджено, що товарні біржі є однією із ланок глобальної індустрії дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння.*

*Ключові слова: біржова торгівля, група CME, диверсифікація портфелю, дорогоцінні метали, золото, інвестиційна привабливість дорогоцінних металів, опціонні контракти, COMEX, товарні біржі, ф'ючерсні контракти, цінові тренди, хеджування.*

KSENZHUK O.

Ternopil National Economic University

## MODERN TENDENCIES IN PRECIOUS METALS TRADE ON COMMODITY EXCHANGE

*Globalization and technological advance are turning precious metals into appealing object of investment. Commodity exchange where precious metals are traded are becoming popular trading platforms providing favorable conditions for trade, which are affected by global financial volatility, investment appetite for precious metals, market opportunities, central bank policies, Federal Reserve System attitudes etc. Referring to the findings based on the analysis of the precious metals market dynamics we have found differences in pricing strategies to the most tradable metals such as gold, platinum, palladium and silver.*

*Globalization increases the role of gold in capital preservation and investment appetite. The findings on market dynamics analysis provide evidence for volatility. To assess financial market tendencies appropriately market players should scrupulously monitor short-term and long-term price trends.*

*Commodity exchanges where gold is traded provide challenges as follows: volatility (a wide spectrum of prices throughout a day), fractality (traders should learn how to define turning points on the market in order to carry transactions properly and assess the extent to which a transaction is speculative) Commodity exchanges provide a wide spectrum of diversification techniques to develop a portfolio structure while trading in gold (for example, futures, inventories, mutual funds etc.)*

*We have conducted a thorough analysis of trade in precious metals with especial emphasis on commodity exchange markets from the institutional standpoint. New-York Mercantile Exchange (NYMEX) represents an ample precious metals futures and option market and constitute the significant branch of the Chicago Mercantile Exchange (CME). We have discovered that COMEX commodity exchange where precious metals futures and option contracts are traded is the world's most liquid precious metals exchange. This is the reason COMEX exchange trends affects precious metals market conditions worldwide.*

*COMEX is the main clearinghouse for precious metals futures. However, option contracts share similar investment appeal with futures when it comes to hedging. The fulfillment of commitments as to COMEX contracts is analyzed.*

*A depository plays an important role in providing for commodity exchange activities, especially in sustaining precious metals market. To become eligible for being accepted by a commodity exchange, precious metals should comply with standards policy. We have underpinned the statement that commodity exchanges cooperate with other players of the global precious metals industry and thus are considered as the inherent part of thereof.*

*Key Words: commodity exchange market, CME Group, portfolio diversification, precious metals, gold, investment appeal of precious metals, option contracts, COMEX, commodity exchanges, futures contracts, market trends, hedging.*

**Постановка проблеми.** Світова торгівля товарами в останнє десятиліття відчуває на собі вплив негативних тенденцій розвитку світової економіки та глобальної нестабільності [1]; зростають фактори ризику, які посилюються геополітичною нестабільністю, напруженість у відносинах суб'єктами ринку, змінність характеристик фінансових ринках (спостерігається завищена вартість активів, вузькі спреди та низька волатильність) [2]. За таких умов інвестори намагаються знайти об'єкти інвестування з порівняно невеликим ступенем ризику або ж диверсифікувати власні портфелі. Серед інвестиційно привабливих виділяють дорогоцінні метали, які представлені природно утвореними хімічними елементами та володіють певними специфічними хімічними й фізичними властивостями: срібло (Ag), золото (Au), платина (Pt) та палладій (Pd). З урахуванням їхньої рідкості, ці метали є дефіцитним товаром з високим попитом зважаючи на їхні природні властивості. Дорогоцінні метали в основному використовуються у ювелірній галузі економіки, наприклад, у створенні творів мистецтва чи виробництві коштовних прикрас. Проте, інтенсивний науково-технічний прогрес дає можливість диверсифікувати сфери застосування дорогоцінних металів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Торгівля дорогоцінними металами, в тому числі й на товарних біржах, має дуже довгу історію, тому для визначення правил торгівлі та впорядкування операцій на них самі ж біржі почали формувати теоретико-методологічний базис та розробку методичних рекомендацій. У науковій літературі питанням торгівлі дорогоцінних металів на біржах приділяється досить мало уваги, проте окремим аспектам цієї проблематики присвятили свої праці такі науковці: Ерфан С. [3], Іванишина Г. [4], Пухальська А. [5] та ін.

**Мега статті** – розкриття та визначення основних аспектів торгівлі дорогоцінними металами, формування їхньої інвестиційної привабливості та цінових трендів, з'ясування особливостей функціонування світової платформи CME Group, де здійснюється торгівля дорогоцінними металами.

**Виклад основного матеріалу.** Нині дорогоцінні метали активно використовуються у стоматології, медичних пристроях та електроніці. Враховуючи особливості розвитку сучасного світу, що уособлює еру комп'ютерів та високих технологій, такі природно обмежені та важко доступні ресурси як дорогоцінні метали експоненціально збільшують свою інвестиційну привабливість. Як наслідок, дорогоцінні метали стали об'єктом інвестування та нагромадження. Товарні біржі дорогоцінних металів покликані забезпечити ці функції, особливо враховуючи умови постійно зростаючого попиту й інвестиційної привабливості цих металів (рис. 1). Біржова торгівля дорогоцінними металами має місце на товарних ринках спеціалізованих бірж. Відповідно до номенклатури біржових товарів, дорогоцінні метали (золото, срібло, платина та ін.) відносяться до групи промислової сировини та напівфабрикатів. Таким чином, широкий спектр інвестиційних засобів є доступний для інвесторів, які зорієнтовані на ринок дорогоцінних металів.

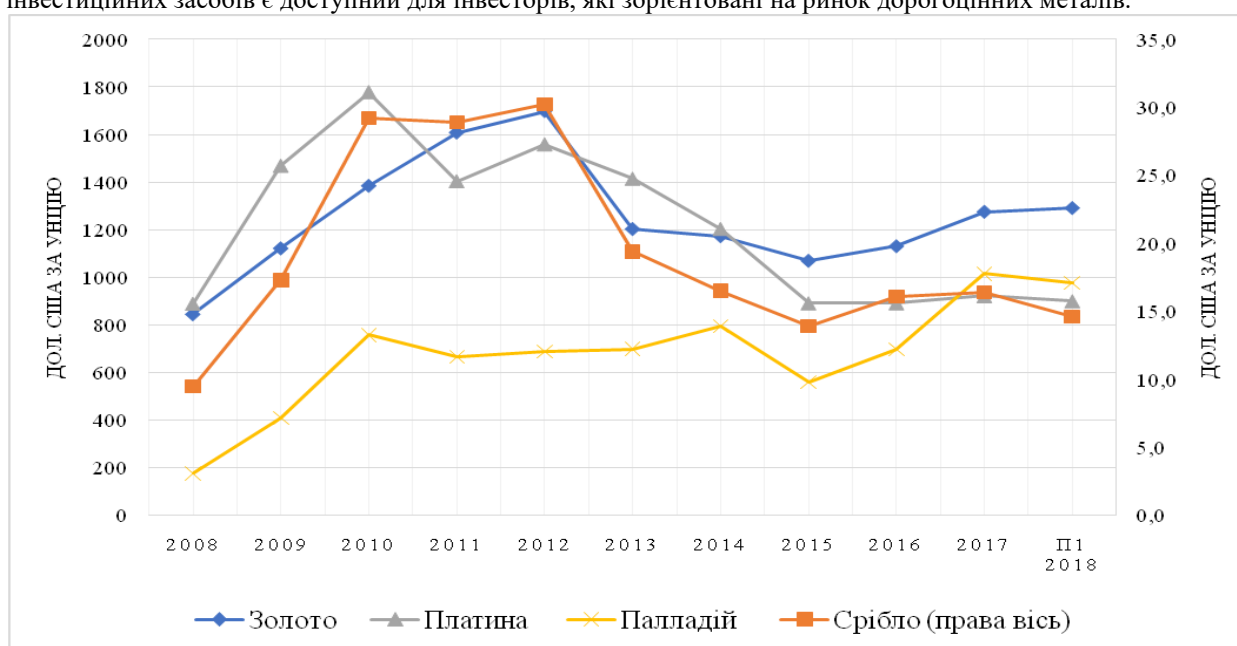


Рис. 1. Динаміка світових цін на дорогоцінні метали

Примітка: складено автором самостійно на основі даних [6]

Безумовно, що зі всіх благородних металів золото виступає найбільш затребуваним та надійним об'єктом інвестування, особливо якщо цей метал виступає у формі коштовних прикрас, монет чи золотих злитків. Під впливом процесів глобалізації золото як інструмент інвестування та нагромадження підвищує свою значимість на світовому фінансовому ринку [3]. Не зважаючи на беззаперечні вигоди лібералізованого економічно-торговельного простору, тісно взаємопов'язаний економічний та фінансовий світи, що зумовлюють посилення ризиковості та невизначеності у глобальному масштабі. З огляду на це, золото виступає основним засобом секюритизації в умовах виникнення або загрози економічної волатильності. Діаграма історичних даних щодо реальних (з урахуванням інфляції) цін на золото за унцію підтверджує нестабільну цінову динаміку (рис. 2). Аналіз довгострокових та короткострокових цінових трендів дозволяє гравцям об'єктивно оцінювати зміни ринку. Окрім того, зміни цін на ринку залежать від коливань на валютному ринку, зміни процентних ставок, політики центральних банків та ін. Тобто, процес ціноутворення не встановлюється товарною біржою, а ціна формується під впливом попиту-пропозиції та кон'юнктури ринку.

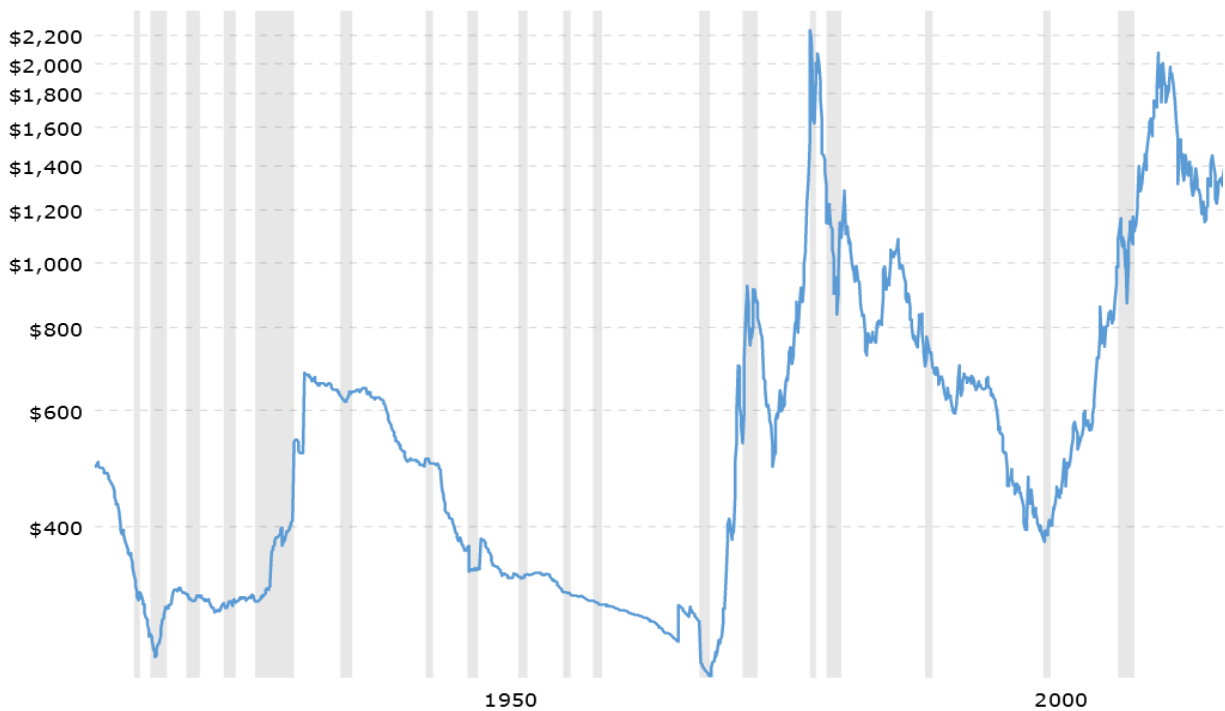


Рис 2. Динаміка цін на золото (\$ за унцію) [7]

Торгівля дорогоцінними металами на біржах, передусім мова йде про золото, – це складний та затратний процес, адже торгівля цими товарами має свої особливості: значна волатильність (хоча в останні роки вона є не такою високою) та широкий діапазон цін впродовж дня, що робить цей товар нестабільним та іноді непрогнозованим. Відповідно, торгівля цим товаром є технічно складною процедурою, потребує доброї підготовки та орієнтування, адже слідкуючи за графіком торгів, можна знайти поворотні точки та передбачити розворот ринку, а саме це намагаються відчутити трейдери, слідкуючи за нагромадженням золота в достатній кількості. Разом з тим, при торгівлі золотом є можливість придбати його для збереження вартості інвестицій, адже торговельні біржі пропонують широкий спектр альтернатив таких як ф'ючерси, товарні запаси, опціони, інвестиційні фонди відкритого типу та ін. Зазначимо, що ринок золота вважається одним із найбільш ліквідних, і це не залежить від позиціонування гравця на ринку, однак, поведінка на ринку може бути різною, залежно від намірів отримати довгостроковий чи короткостроковий прибуток, ступінь спекулятивності угоди та ризиковості, руху фінансових активів, та й вибору сегменту ринку, тому що, наприклад, ринок акцій та ринок ф'ючерсів по різному реагують на коливання цін. Аналізу підлягають і часові позиції (коротко-, середньо-, довгострокові), незалежно від періоду, який обирає учасник ринку. Разом з тим, ринок золота характеризується як циклічністю, так і фрактальністю. Тому інструменти фрактального аналізу, в тому числі із використанням різних показників фрактальної розмірності, можуть допомогти інвестору виявити коливання цін на біржах та приймати зважені інвестиційні рішення [8]. Враховуючи зазначене, акцентуємо увагу на важливості диверсифікації стратегії на ринку та структуруванні портфеля при торгівлі золотом, тим більше, що вона охоплює як торгівлю золотими злитками та монетами, так і ф'ючерсні контракти.

Основною та найбільшою товарною біржою світу, де здійснюється торгівля дорогоцінними металами, є Нью-Йоркська товарна біржа (NYMEX). Ця біржа представляє ф'ючерсний та опціонний ринок для торгівлі дорогоцінними металами такими як золото, срібло, мідь та алюміній. У 1994 р. відбулося злиття товарної біржі COMEX (Commodity Exchange Inc.) з Нью-Йоркською товарною біржою [9]. Як наслідок, перша трансформувалася у сегмент, який забезпечує ринок дорогоцінних металів. Нині NYMEX є частиною Чиказької товарної біржі (CME), яка придбавши Чиказьку торгову палату (CBOT) у 2008 р., трансформувалася у найбільшу світову платформу з торгівлі ф'ючерсами (базою яких є реальні активи), – групу CME (CME Group) [9].

COMEX була заснована у 1933 р. шляхом злиття чотирьох менших товарних бірж розташованих в м. Нью-Йорк, США. Сучасний етап розвитку цієї біржі становить період після злиття з Нью-Йоркською товарною біржою, що нині представляє найбільший ф'ючерсний ринок дорогоцінних металів світу. Щоденно на біржі COMEX відбуваються операції з торгівлі близько 400 тис. ф'ючерсних та опціонних контрактів, що забезпечує цій торговельній платформі статус найбільш ліквідної біржі з торгівлі дорогоцінними металами у світі [10] (рис. 3). Цінові тенденції та щоденні транзакції трейдерів на цій біржі детермінують кон'юнктуру ринків дорогоцінних металів в глобальному масштабі.

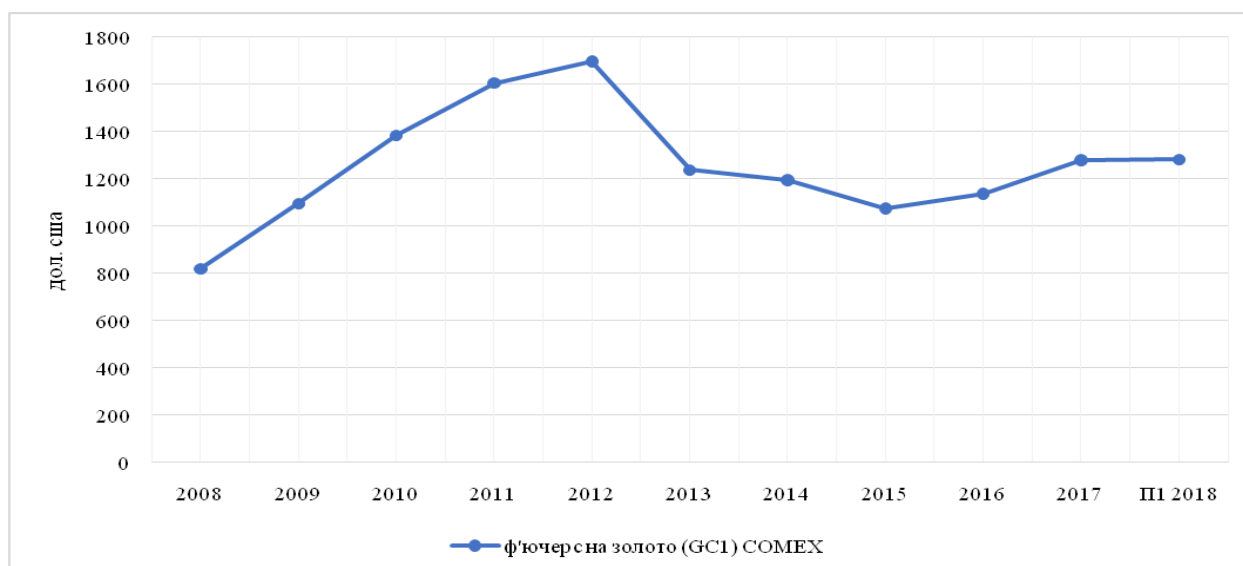


Рис. 3. Динаміка цін на ф'ючерс на золото, контракт типу GC1 COMEX

Примітка: складено автором самостійно на основі даних [10]

COMEX виконує функцію основного депозитарно-розподільного документаційного центру (кліринг-хауз) для торговельних ф'ючерсів, базовим активом яких є золото, срібло та мідь. Основою правил торгівлі цими ф'ючерсами є стандартизовані біржові контракти, в тому числі їхні похідні міні- та мікро-версії [11]. Поряд з цими ф'ючерсами, біржова активність припадає на операції з ф'ючерсами із такими металами як алюміній, паладій, платина і сталь. Ринок ф'ючерсів як правило використовується як інструмент хеджування для зниження ризику коливання цін, тому особливістю функціонування біржових ринків дорогоцінних металів є те, що вони спрямовані скоріше на хеджування, ніж на реалізацію контрактів, бо лише близько 1% усіх операцій з біржовими контрактами завершується повною реалізацією угоди за строком виконання зобов'язань, який наступив. З метою зменшення ризиків, крім диверсифікації, на ринку дорогоцінних металів використовують складні та прості методи хеджування, зокрема, опціонні схеми.

Виконання біржових контрактів COMEX можливе в період з першого дня отримання держателем сповіщення про можливість фізичної доставки товару в натурі до дня строку виконання зобов'язань, що наступив. Для того, щоб реалізувати поставку базового активу, держатель ф'ючерсного контракту повинен попередити кліринговий дім про свої наміри, а також сповістити COMEX про намір набути право власності на фізичний товар у торговому рахунку [11]. Наприклад, для конверсії біржового ф'ючерса у золото необхідно встановити довгу позицію і очікувати на сповіщення про доставки товару від продавця короткої позиції.

Важливо зазначити, що функція доставки дорогоцінних металів покладена виключно на продавця, а біржа її не здійснює, адже виступає арбітром і забезпечує виконання умов та положень контракту. Продавець короткої позиції, який не володіє фізичним базовим активом для виконання доставки, повинен зняти свою позицію до кінця останнього торгового дня. Коротка позиція до виконання повинна забезпечувати базовим активом (дорогоцінним металом) у визначеній кількості у визначеному сховищі (а це підтверджується наявністю погодженого торговою біржою депозитарного сертифікату або розписки зі складу, які є необхідними для відправлення та отримання товару документами.

Важливим елементом у забезпеченні діяльності торгових бірж виступає депозитарій, який представлений будівлею, офісом чи складськими приміщеннями із належними для зберігання та охорони товару умовами. Щодо депозитаріїв, які обслуговують ринок дорогоцінних металів, то для них характерні високий рівень контролю та безпеки. Такими депозитаріями можуть бути банківські сховища, однак, наприклад, для похідних цінних паперів на дорогоцінні метали, ними можуть бути інші фінансові інституції. Виходячи із функціональної точки зору, депозитарії охоплюють: забезпечення хеджування та ліквідності на ринку; кредитування; інвестування в інші похідні цінні папери; трансфер коштів. Біржова торгівля дорогоцінними металами залучає депозитарії для реалізації трансферу права власності на актив між учасниками торгів. Якщо об'єктом капіталовкладення є купівля дорогоцінних металів, учасник торгів має можливість придбати цей актив у фізичній формі або як базовий актив похідного цінного паперу. Товарна продукція при прибутті в депозитарії піддається обліку та реєстрації – остання визначає продукцію доступну для виконання функції базового активу. Процес реєстрації завершується емісією складської розписки. Проте, не уся продукція, яка поступає на біржові депозитарії, вносить у біржовий реєстр. Власники дорогоцінних металів, які пройшли перевірку відповідності стандартам і обліковуються у депозитарії, мають право використовувати депозитарій на умовах сховища, тобто фактичний товар не обов'язково стає базовим активом [11]. Такі операції проводяться з метою резервування товарних запасів під

замовлення визначеного кінцевого споживача. Резервована продукція, порівняно із товарами, які є базовим активом, є більш гнучким об'єктом біржової торгівлі з огляду на можливість відвантаження у будь-який час.

Злитки металів повинні відповідати біржовим стандартам. Наприклад, товари з дорогоцінних металів, які реалізуються на біржі COMEX, повинні відповідати ряду стандартів якості, включаючи вимоги щодо мінімальної маси та розміру злитків, ступеню чистоти металу. Щоб стати об'єктом торгівлі на цій біржі, конкретна серія злитків повинна мати погоджений COMEX сертифікат перевірки проби металів. Рівень чистоти золотих злитків повинен становити мінімум 0,995.

Відвантаження товару за умов COMEX відбувається опісля трансферу права власності через два робочих дні після того, як продавець представить сповіщення про намір покупця придбати товар. Трансфер права власності відбувається опісля затвердження ціни в день пред'явлення продавцем сповіщення про намір покупця придбати товар.

Замість фізичного руху золотих резервів з біржового депозитарію операція купівлі-продажу реалізовується через трансфер прав власності – складської розписки. Якщо купівля дорогоцінного металу на товарних біржах зорієнтована на страхування ризиків, то деривативи здебільшого не реалізуються. Проте, у випадку використання дорогоцінного металу як інструменту збереження вартості на довгострокову перспективу, складська розписка стає гнучким та ефективним інструментом.

Процес забезпечення товарної біржі дорогоцінних металів готовою продукцією тривалий та багатоскладовий. Після видобутку, сировинні матеріали піддаються обробці офіційним компаніям, з якими співпрацюють товарні біржі. Наприклад, група біржових платформ CME Group співпрацює з такими виробниками товарів з дорогоцінних металів як Metalor Technologies, Johnson Matthey, Heraeus та іншими. Зі стадії виробництва готова продукція кінцевого споживання перевозиться на погоджені товарними біржами складські приміщення за використання послуг підрядних логістичних компаній. Важливо, що будь-яка дія з фізичного переміщення товару між складами здійснюється виключно погодженими підрядними логістичними компаніями. Постачання дорогоцінних металів третьою стороною не допускається. Відвантаження товару покупцю означає залишення ним довіреного кола CME Group. Якщо покупець має намір повернути фізичний товар, то необхідно першочергово звертатися до погоджених біржою виробників для введення цієї продукції у довірений замкнутий цикл [11]. Таким чином, товарні біржі є однією із ланок глобальної індустрії дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння.

**Висновки.** Торгівля дорогоцінними металами, незважаючи на їхню ліквідність, відбувається під впливом низки чинників, які не завжди залежать від інституційного забезпечення, правил та умов торгівлі. Водночас, в останні десятиліття чинники глобального характеру стають все більш значимими. Разом з тим, продавці та покупці намагаються максимально прогнозувати стан ринку, його змінність та цінові коливання, застосовуючи інструменти хеджування та обираючи надійні торговельні майданчики. Однією із найбільших торгових площадок, де здійснюється торгівля дорогоцінними металами, є група CME (CME Group). Одним із найбільш затребуваних фінансових інструментів на біржовому ринку дорогоцінних металів є ф'ючерс. Завдяки можливості здійснювати гарантійний внесок у біржових операціях з цими контрактами, стандартизований ринок дорогоцінних металів характеризується високою ліквідністю. Мажорна частка ліквідності забезпечується спекулянтами, які намагаються отримати прибуток на цінових коливаннях. Як наслідок, інші суб'єкти господарювання сектору дорогоцінних металів (розробники родовищ, підприємства обробного сектору, виробники готової продукції та суб'єкти роздрібної торгівлі) страхують свої активи від ризиків на ринку, хеджуючись шляхом укладання ф'ючерсних контрактів, де базовим активом виступають дорогоцінні метали. Ці мотиви, в принципі, й детермінують сутність ф'ючерсних ринків дорогоцінних металів.

### Література

1. World Trade Report 2018. World Trade Organization. URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/world\\_trade\\_report...](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_trade_report...)
2. World Economic Outlook Update, July 2018. Less Even Expansion, Rising Trade Tensions. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2018/07/02/world-economic-outlook-update-july-2018>
3. Ерфан Є. А. Сучасні тенденції розвитку ринку золота / Є. А. Ерфан, І. І. Белень // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Вип. 12(1). – С. 102-106. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2017\\_12\(1\)\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12(1)_25).
4. Іванишина Г. С. Світовий досвід регулювання операцій з дорогоцінними металами / Г. С. Іванишина // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2017. – № 1. – С. 81-87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2017\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2017_1_11)
5. Пухальська А.П. Аналіз кон'юнктури та тенденцій сучасного розвитку ринку золота / А.П. Пухальська, О.В. Коротаєва // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 2. – С. 217-225. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu\\_eco\\_2014\\_2\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2014_2_25)
6. Prices Historical ChartData. Macrotrends. URL: <https://www.macrotrends.net/>.
7. Gold Prices - 100 Year Historical Chart. URL: <https://www.macrotrends.net/1333/historical-gold-prices-100-year-chart>
8. The fractal feature and price trend in the gold future market at the Shanghai Futures Exchange (SFE) / Physica A: Statistical Mechanics and its Applications 474 · January 2017 URL: [https://www.researchgate.net/publication/312097297\\_The\\_fractal\\_feature\\_and\\_price\\_trend\\_in\\_the\\_gold\\_future\\_market\\_at\\_the\\_Shanghai\\_Futures\\_Exchange\\_SFE](https://www.researchgate.net/publication/312097297_The_fractal_feature_and_price_trend_in_the_gold_future_market_at_the_Shanghai_Futures_Exchange_SFE)
9. Our Company. CME Group. 2018. URL: <https://www.cmegroup.com/company/>.
10. COMEX. CME Group. URL: <https://www.cmegroup.com/company/comex.html>.
11. COMEX Rulebook. URL: <https://www.cmegroup.com/rulebook/COMEX/>

**References**

1. World Trade Organization. (2018). World Trade Report 2018: The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce. World Trade Report 2018: The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce (pp. 1–232). Retrieved from [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/world\\_trade\\_report18\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_trade_report18_e.pdf)
2. International Monetary Fund. (2018). World Economic Outlook Update, July 2018. World Economic Outlook Update, July 2018 (pp. 1–9). Washington, DC. Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2018/07/02/world-economic-outlook-update-july-2018>
3. Erfan, Y., & Belen, I. (2017). Current trends of gold market development. Yzhhorod National University Journal, 12(1), 102–106. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2017\\_12\(1\)\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12(1)_25).
4. Ivanyshyna, G. (2017). Global experience of regulating operations with precious metals. Economic Theory, 1, 81–87. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2017\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2017_1_11)
5. Pukhalska, A., & Korotaieva, O. (2014). The analysis of market conditions and tendencies of gold market development of nowadays. Zaporizhzhia National University Journal, 2, 217–225. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu\\_eco\\_2014\\_2\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2014_2_25)
6. Prices Historical ChartData. Macrotrends. (2018). Retrieved November 18, 2019, from <https://www.macrotrends.net/>.
7. Gold Prices - 100 Year Historical Chart. (2018). Retrieved November 18, 2019, from <https://www.macrotrends.net/1333/historical-gold-prices-100-year-chart>
8. Wu, B., & Duan, T. (2017). The fractal feature and price trend in the gold future market at the Shanghai Futures Exchange (SFE). Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications, 474. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/312097297\\_The\\_fractal\\_feature\\_and\\_price\\_trend\\_in\\_the\\_gold\\_future\\_market\\_at\\_the\\_Shanghai\\_Futures\\_Exchange\\_SFE](https://www.researchgate.net/publication/312097297_The_fractal_feature_and_price_trend_in_the_gold_future_market_at_the_Shanghai_Futures_Exchange_SFE)
9. Our Company. CME Group. (2018). Retrieved November 18, 2019, from <https://www.cmegroup.com/company/>.
10. COMEX. CME Group. (2018). Retrieved November 18, 2019, from <https://www.cmegroup.com/company/comex.html>.
11. COMEX Rulebook. (2018). Retrieved November 18, 2019, from <https://www.cmegroup.com/rulebook/COMEX/>

Рецензія/Peer review : 12.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018



УДК: 338.49

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-169-175

ШАРКО М. В., НАБОКА Р. М., ВИШНЕВСЬКА Н. О.

Херсонський національний технічний університет

## УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ВИРОБНИЦТВА

*Представлені структурні схеми маркетингових програм та інструментів, які засновані на вивченні вимог і запитів споживачів, описі характеристики продукції, ціноутворення, вплив зовнішнього середовища, маркетингу виробничої діяльності, просуванні товару, встановлення контактів з постачальниками і споживачами. Детально розглянуто забезпечення інформаційно-аналітичних етапів управління маркетингом і алгоритми використання маркетингових інструментів. Показано, що для забезпечення ефективного управління розвитком виробництва повинна бути забезпечена інтеграція управлінських рішень з питаннями споживачів. Це дозволяє зайняти стійкі позиції на ринку і підтримувати довготривалі господарські відносини. Розглянуті інструменти маркетингу при впровадженні інновацій мають різні витрати, тому доцільно використовувати різні маркетингові програми з вибором найбільш підходящих комбінацій інструментів для реалізації загальної стратегії забезпечення економічного зростання підприємств.*

*Ключові слова: управління, маркетинг, інновації, інструменти, програми*

SHARKO M., NABOKA R., VYSHNEVSKA N.

Kherson national technical University

## MANAGEMENT OF MARKETING TOOLS IN THE INNOVATIVE FIELD OF PROVIDING ECONOMIC GROWTH OF PRODUCTION

*Structural diagrams of marketing programs and tools based on the study of consumer requirements and inquiries, description of product characteristics, pricing, environmental impact, marketing of productive activities, promotion of goods, establishing contacts with suppliers and consumers are presented. Provision of information-analytical stages of marketing management and algorithms of using marketing tools are considered in detail. It is shown that in order to ensure effective management of production development, integration of management decisions with consumer issues must be ensured. This allows us to take a firm position in the market and maintain long-term economic relations. Considered marketing tools in the implementation of innovation have different costs, so it is advisable to use different marketing programs with the choice of the most suitable combinations of tools to implement a common strategy for economic growth of enterprises.*

*Keywords: management, marketing, innovation, tools, programs*

**Актуальність теми.** Сьогодні в умовах жорсткої конкуренції і збільшенні насиченості ринку грамотно обрана маркетингова стратегія визначає успіх на ринку. Недосконалість маркетингової політики призводить до того, що спостерігається вузький асортимент товарів, не завжди якісне обслуговування, незначний відсоток нових товарів. Більшість підприємств не планує витрати на збут. Існує низький рівень некомпетентності управлінського персоналу за такими складовими як знання, вміння, навички. У структурі товарного ринку спостерігається низька активність менеджерів в коригуванні цін, викликаних додатковими пільгами і сезонними знижками. У цих умовах підвищується роль маркетингових комунікацій у формуванні бюджетних витрат на маркетинг. Ключовим моментом в маркетинговій діяльності є задоволення споживачів в результаті виробництва ринкового продукту, орієнтованого на попит споживачів. Систематичні якісні дослідження поведінки споживачів дозволяють формувати розуміння їх потреб, переваг і цінностей. В процесі управління інноваційним розвитком маркетинг здобуває нові властивості та грає особливу роль. Розвиток інноваційної діяльності на сучасних підприємствах потребує формування нового механізму взаємодії виробників із споживачами на основі узгодження інтересів взаємодіючих сторін.

**Аналіз публікацій з означеної проблеми** показує, що у більшості праць розглядається маркетинг інновацій з позицій виходу на ринок нової продукції і можливостей використання комплексу маркетингових заходів для пролонгації стадій життєвого циклу нововведення [1-6]. Однак окрім традиційних маркетингових інструментів сегментування, цілевизначення і позиціонування [7] на сьогодні все більшої актуальності набуває не цінова конкуренція, а отримання тимчасової монопольної переваги на ринку в результаті впровадження інновацій [8-10]. Важливою умовою реалізації інноваційної діяльності на підприємстві є ефективна маркетингова політика, яка супроводжує і забезпечує сучасне оновлення виробничих технологій і номенклатури продукції, що випускається у відповідності до швидкозмінного попиту на якісні товари та послуги. Основним об'єктом дослідження маркетингової діяльності є споживчі ринки та використовувані маркетингові інструменти [11,12].

**Метою роботи** є встановлення закономірностей використання і управління маркетинговими інструментами в інноваційній сфері забезпечення економічного зростання виробництва.

**Викладення основного матеріалу.** У сучасних умовах динамічних змін зовнішнього середовища, насиченості ринку і жорсткої конкуренції успішність підприємства на ринку визначається наявністю інновацій в структурі товарів та послуг. Діяльність підприємства вважається ефективною, якщо випущена продукція має попит на ринку і за рахунок цього приносить прибуток. Попит і конкурентоспроможність

визначаються маркетинговою політикою. Маркетинг є невід'ємною частиною управлінського процесу із створення товарів і послуг. Призначення маркетингу полягає в інтеграції даних з цільового ринку з існуючими запитами клієнтів. Маркетингова політика представляє собою перспективний курс дій, спрямованих на створення сприятливих умов для стабільної і прибуткової діяльності на ринку.

Завдання управління маркетингом в інноваційній сфері полягає в максимально ефективному задоволенні запитів споживачів, впливі на рівень, час і характер попиту для досягнення поставлених цілей, моніторингу і стимулюванні попиту за допомогою інновацій. Для забезпечення успішної діяльності підприємств та підвищення ефективності виробництва існують різні маркетингові інструменти, які засновані на забезпеченні взаємовідносин між виробниками і споживачами та впливають на учасників ринку.

## МАРКЕТИНГОВІ ПРОГРАМИ І ІНСТРУМЕНТИ



Рис. 1. Управління маркетинговими програмами і інструментами

Маркетингові інструменти визначають витрати на маркетингову діяльність, витрати споживачів на придбання інноваційного продукту, зручності для споживання, комунікації із споживачами. Рух маркетингових інструментів при впровадженні інновацій може бути виражений схемою: товар, ціна, розповсюдження, просування. Складена на основі узагальнень, оглядів та аналітичних даних, відображених

у сучасній економічній літературі, схема управління маркетинговими програмами і реалізаційними маркетинговими інструментами наведена на рис. 1.

Центральне місце у запропонованій схемі маркетингових інструментів займає товар, навколо якого формуються умови його реалізації та дії з його просування, збутові і виробничі програми, оновлення та розширення асортименту, покращення властивостей та ін. На ринку споживання привабливість товару, що випускається, характеризується такими характеристиками та відмінними особливостями, як довговічність, зручність у користуванні у порівнянні з аналогами. Запити споживачів знаходять своє відображення у дизайні, гарантійному і сервісному обслуговуванні, доступних цінах.

На маркетингові інструменти ціноутворення істотно впливає зовнішнє середовище, поведінка якого характеризується неоднозначністю на непередбачуваністю. Цей аспект управління маркетинговими інструментами в інноваційній сфері ускладнює прогнозування економічного зростання підприємств при впровадженні інновацій, внаслідок невизначеності можливих змін, які визначають умови реалізації і змушує підприємства мати деякий запас страхових і стабілізаційних фондів.

Маркетингові інструменти ціноутворення товару засновані на прийнятті рішень в умовах невизначеності впливу зовнішнього середовища на функціонування підприємств та інших факторів, основними з яких є:

- сегменти ринку, в яких реалізується товар;
- ємність ринку;
- конкуренти;
- вимоги та запити споживача;
- витрати на проведення маркетингу;
- кон'юнктура ринку;
- співвідношення ціни товару і маркетингу.

Канали розподілу містять збирання необхідної інформації для стратегічного і тактичного планування, вивчення потенційних можливостей і цільової аудиторії.

У своїй основі канали розподілу безперервно пов'язані з маркетингом виробничої діяльності, розподілом фінансових коштів поміж виробничою діяльністю і коштами, що витрачаються на стимулювання споживачів у придбанні товарів шляхом накопичення бонусів, сезонних знижок, пільг, уцінок і ін., оновленням і розширенням асортименту, покращенням властивостей товарів, які випускаються у відповідності до запитів і смаків споживачів, вживанням заходів для оперативного регулювання на зміни споживчих переваг. Пошук резервів оптимізації витрат на перераховані заходи є однією з постійних задач маркетингу інноваційної сфери.

Маркетингові інструменти просування товарів з новими властивостями при впровадженні інновацій, містять як традиційні засоби ділові контакти, інформаційні листи, зовнішню рекламу у вигляді бігбордів, преси і телебачення також і визначення цільової аудиторії, встановлення споживчих переваг, визначення взаємовигідних інтересів виробників і споживачів інноваційної продукції з покращеними експлуатаційними якостями, інформаційне супроводження і структуру комунікацій.

Варіювання маркетингових інструментів дозволяє знайти їх оптимальне співвідношення для розв'язання стратегічних задач виробництва. Маркетингова діяльність в інноваційній сфері є важливою умовою забезпечення економічного зростання підприємств. Прискорені темпи науково-технічного прогресу змушують своєчасно оновлювати виробничі технології і номенклатуру випускаємої продукції, що пов'язано із швидко змінюваним попитом на товар та послуги. Перехід підприємства на новий технологічний рівень вимагає пошуку нових шляхів реалізації випускаємої продукції. Продукція вітчизняних підприємств в своїй структурі заснована на порівняно низькій ціні на сировину та енергоресурси, проте, навіть маючи таку перевагу у товарі, промисловість все одно програє через низький технологічний рівень. Для підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних товарів, необхідно прискорено і масово впроваджувати технологічні інновації, що дозволить забезпечити конкурентоспроможність товарів.

Побудова бізнес-процесів вимагає регулярного оновлення інформації про рівень досягнень з розробки і впровадження інноваційного продукту і ефективної взаємодії із споживачами. Необхідним етапом організації управління маркетинговими інструментами є інформаційне забезпечення і підтримка управлінських рішень, які містять збирання, аналіз, обробку вхідної інформації, використання, ідентифікацію результатів і інтерпретацію стану маркетингової діяльності. Це дозволяє більш оперативно і своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються та мінімізувати витрати на маркетинг.

Запропонована схема формування інформаційно-аналітичного забезпечення управління маркетингом, в основу побудови якої покладено удосконалення економічної сутності, процесу виявлення факторів інформаційного впливу за змістовою деталізацією вхідної інформації про маркетингові інструменти з планово-організаційних, обліково-аналітичних, результативних, мотиваційних і прогнозних складових (рис. 2).

Відокремлення інформаційної і аналітичної компонент забезпечує розробку дієвого механізму використання управління маркетинговими інструментами при впровадженні інновацій, який дозволяє знизити елемент невизначеності і ризику у виробничій і збутовій діяльності підприємства, яке функціонує в умовах невизначеного впливу зовнішнього середовища.

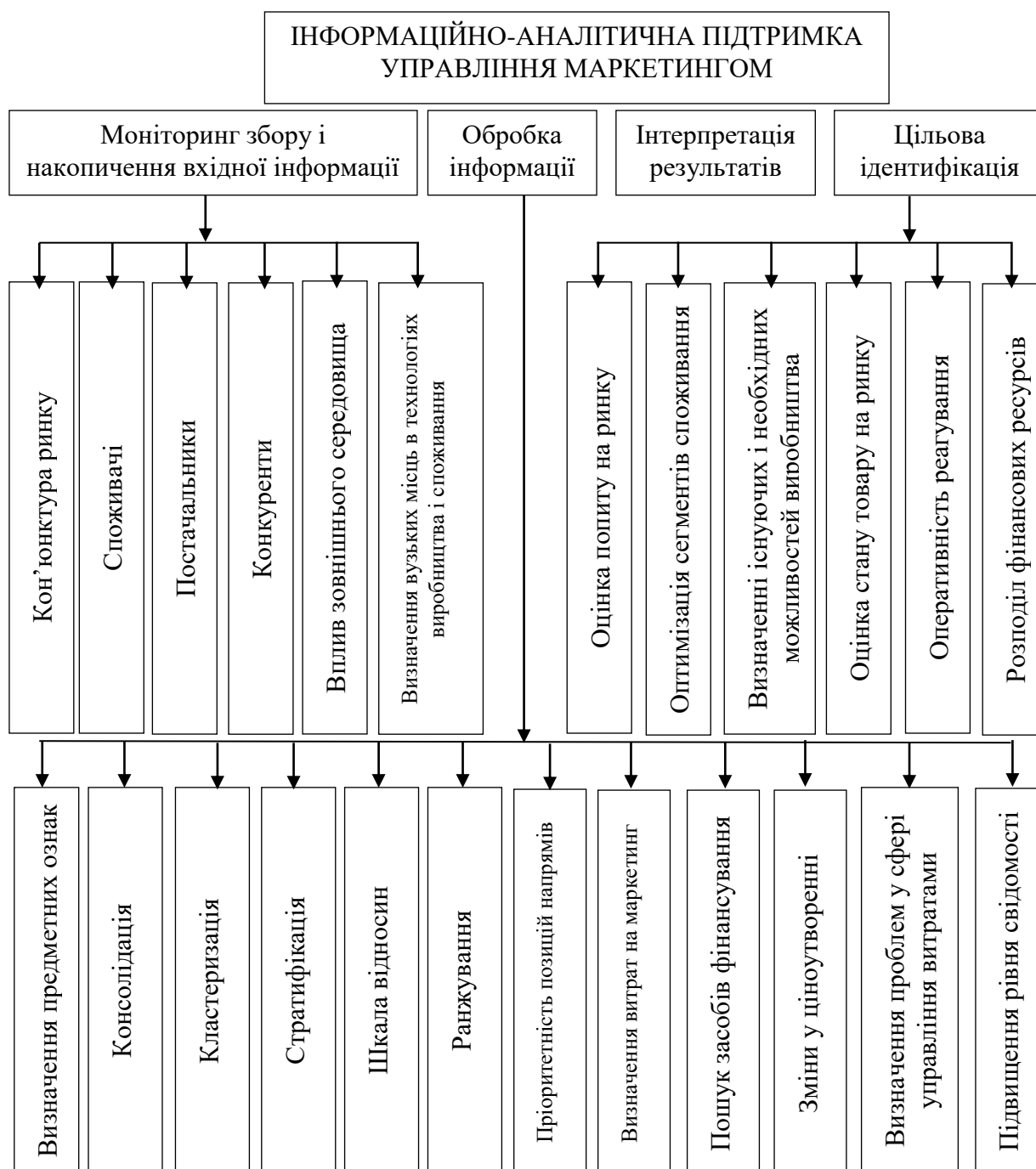


Рис. 2. Забезпечення інформаційно-аналітичних потреб управління маркетингом

До операцій із збирання вхідної інформації споживання відносяться аналіз реалізації споживання на певну дату, розподіл витрат нарахування амортизації, форм звітності, аналітичних засобів обліку та аналізу витрат на виробництво і маркетинг. Якість оцінювання необхідної вхідної інформації для удосконалення системи управління маркетинговими інструментами напряму залежить від креативності персоналу і оперативності надання інформації у розрізі окремих статей витрат на реалізацію і споживання та контрольованості використання цих ресурсів.

В наданій схемі забезпечення інформаційно-аналітичних потреб управління маркетингом операції моніторингу збору і накопичення вхідної інформації, інтерпретації і ідентифікації відносяться до інформаційних компонент управління, в той час як обробка наявної інформації – до аналітичних. Такий розподіл є в деякому розумінні умовним, тому що при інтерпретації результатів та ідентифікації стану з цільовою орієнтацією на удосконалення споживання все одно присутні елементи аналітики та узагальнень. Разом з тим зміст обробки інформації з управління маркетингом вимагає використання специфічних математичних методів, які дозволяють оцінити пріоритетність позицій та напрямків розвитку маркетингової

діяльності, які є частиною економічного розвитку виробництва, тому ця компонента управління відноситься до аналітичної.

До того як приступити до обробки наявної інформації, необхідно вяснити і чітко визначити предметну галузь і визначальні характерні риси та ознаки. Таке зведення даних називається консолідацією інформації.

Отримані з різних джерел відомості про предметну галузь, якою є маркетингові інструменти управління споживанням інноваційної продукції, представляють собою системно інтегровані різноманітні інформаційні ресурси і знання, наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечливості. Вони складають адекватну інформаційну модель предметної галузі, придатної для аналізу, обробки і ефективного використання в процесі прийняття рішень.

Подальшим етапом обробки консолідованої інформації є кластеризація, яка становить собою розбиття вхідних даних на групи. Всередині кожної групи повинні знаходитися схожі на себе об'єкти, в той час, як об'єкти різних груп повинні бути максимально віддаленими один від одного. Якщо не вдається класифікувати наявну інформацію за цими ознаками, необхідно виконати її стратифікацію, тобто розподіл за горизонтальними пластами, які визначають деяку сукупність ознак предметної галузі. Метою такої обробки інформації є складання шкали відносин і ранжирування переваг.

Реалізаційна структура забезпечення інформаційно-аналітичними потребами процесу управління маркетинговими інструментами надана у вигляді алгоритму управління маркетинговою інформацією при введенні інноваційних товарів (рис. 3).

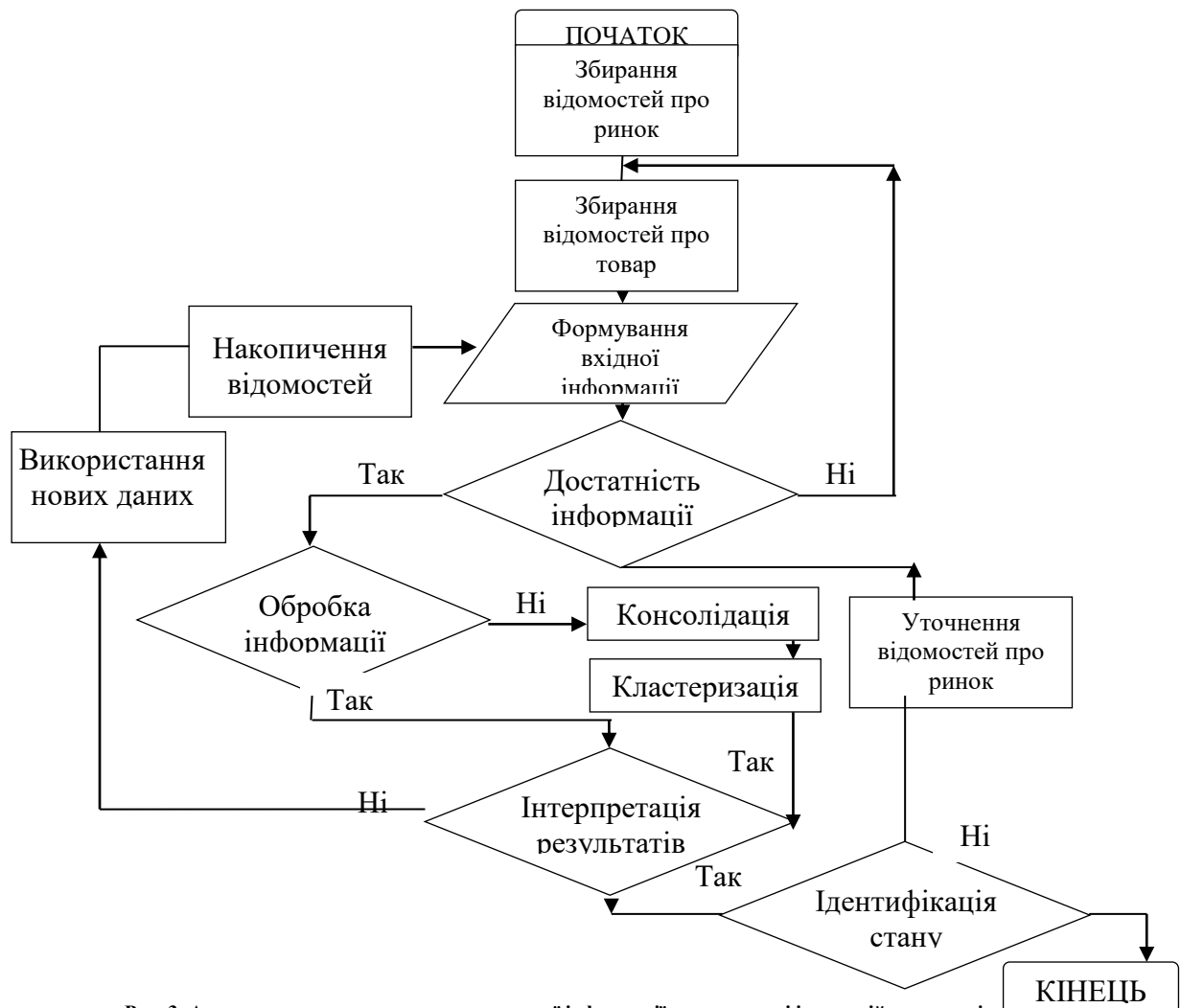


Рис. 3. Алгоритм використання маркетингової інформації при введенні інноваційних товарів

У наданому алгоритмі відмічена не тільки послідовність виконання основних операцій, але і прямі та зворотні зв'язки у вигляді маркетингових комунікацій для здійснення процесу управління маркетингом при освоєнні нових видів продукції. Маркетингові комунікації полягають у здійсненні взаємодії тих, хто виготовляє продукцію з її споживачами за допомогою комунікаційних засобів для створення кращих споживчих властивостей [11]. Вони дозволяють зменшити основні протиріччя, які утворюються на ринку товарів та послуг.

Методичні підходи до оцінки впливу маркетингових заходів містять як експертні оцінки вагомості конкретних маркетингових функцій, так і економічні розрахунки основних маркетингових показників, таких як ринкова частка підприємств, рентабельність, канали постачання та ін.

Маркетинг є частиною стратегічного менеджменту. Впровадження маркетингу в інноваційній сфері дозволяє досягнути синергетичного ефекту при розробці заходів із освоєння сегментів ринку, знизити бар'єр інформаційного і психологічного сприйняття проникнення на нові товарні ринки, згортання умов активності та відхід з ринків.

**Висновки.** При розробці нових ідей і продуктів слід обов'язково враховувати попит споживачів. Це дозволить створити систему взаємовідносин, зайняти сталі позиції на ринку і підтримувати довготривалі господарські відносини. Систематизація структури маркетингових програм і інструментів може бути основою забезпечення інформаційно-аналітичних потреб удосконалення процесів управління маркетингом інновацій і побудови алгоритмів використання маркетингової інформації при введенні інноваційної продукції на ринок товарів та послуг.

Для забезпечення ефективного управління розвитком виробництва повинна бути забезпечена інтеграція управлінських рішень із знаннями, уміннями і навичками у галузі маркетингу. Розглянуті маркетингові інструменти при впровадженні інновацій мають неоднакові витрати, тому доцільно використовувати різноманітні маркетингові програми з вибором найбільш відповідних комбінацій інструментів для реалізації загальної стратегії забезпечення економічного зростання підприємства.

### Література

1. Торопова М.О. Инструменты реализации стратегических маркетинговых мероприятий на предприятии / М.О.Торопова, Ю.В.Данильченко // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. Т.2. Экономические науки. Сер. Менеджмент в наукоемких производствах. – 2013. – №9. – С. 154-155.
2. Петрова Е.М. Маркетинговые инструменты в управлении социально-экономическим развитием / Е.М. Петрова // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2010. – Т.8. – №4-3. – С. 69-72.
3. Куцулова Ф.А. Маркетинговые инструменты адаптации предприятий сервисной деятельности к кризисам территорий / Ф.А.Куцулова // Вопросы структуризации экономики. – 2013. - №4. – С. 251-252.
4. Скосырева Н.П. Управление маркетингом – инструмент решения задач на рынке труда / Н.П. Скосырева // Современные проблемы науки и образования. – 2007. – № 5. – С. 25-27.
5. Курчеева Г.И. Инновационный маркетинг и маркетинг инноваций в системе конкурентных преимуществ фирмы / Г.И. Курчеева, Ю.А. Макурина // Современная конкуренция. – 2012. – № 6 (36). – С. 23-31.
6. Короткова Т.Л. Коммерциализация и маркетинг инноваций: монография / Т.Л. Короткова, А.В. Власов.М.: Креативная экономика, 2012. - 168 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер.с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д.Сондерс. - 2.европ.изд. – Спб.: Вильямс, 2000. – 943 с.
8. Кухарская Н. А. Маркетинг инноваций: учебное пособие / Н.А.Кухарская, Л.В.Новошинская. – Одеса: «Атлант VOI COU», 2016. – 215 с.
9. Карпова С. В. Развитие инновационных направлений маркетинга / С.В. Карпова // Управленческие науки. – 2013. – № 2 (7). – С. 71-76.
10. Шерстобитова Т. И. Маркетинг инноваций / Т. И. Шерстобитова – Пенза: Издательство ПГУ, 2009. – 126 с.
11. Научные основы маркетинга инноваций: монография в 3 т. Том 1. / под ред. д.э.н., профессора С.Н. Ильашенко. – Сумы: ООО «Печатный дом «Папирус», 2013. – 279 с.
12. Тимофеев Н.В. Маркетинг инноваций: сущность, функции и значимость. Место маркетинга среди инновационных процессов // Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. – № 4. – С. 519-530.

### References

1. Toropova M.O. Ynstrumenty realyzatsyy stratehycheskykh marketynhovyykh meropyaty na predpriyatyy / M.O.Toropova, Yu.V.Danylchenko // Aktualnye problemy avyatsyy y kosmonavtyky. T.2. Ekonomycheskye nauky. Ser. Menedzhment v naukoemkykh proyzvodstvakh. – 2013. – №9. – S. 154-155.
2. Petrova E.M. Marketynhovyie ynstrumenty v upravlenyy sotsyalno-ekonomycheskym razvytyem / E.M. Petrova // TERRA ECONOMICUS. Ekonomycheskyy vestnyk Rostovskoho hosudarstvennoho unyversyteta. – 2010. – T.8. – №4-3. – S. 69-72.
3. Kutsulova F.A. Marketynhovyie ynstrumenty adaptatsyy predpriyatyi servysnoi deiatelnosti k kryzysam terrytoryi / F.A.Kutsulova // Voprosy strukturyzatsyy ekonomyy. – 2013. - №4. – S. 251-252.
4. Skosyreva N.P. Upravlenye marketynhom – ynstrument resheniya zadach na rynke truda / N.P. Skosyreva // Sovremennye problemy nauky y obrazovaniya. – 2007. – № 5. – S. 25-27.
5. Kurcheeva N.Y. Ynnovatsyonnyii marketynh y marketynh ynnovatsyi v systeme konkurentnykh preymushchestv fyrmi / N.Y. Kurcheeva, Yu.A. Makuryna // Sovremennaia konkurentsya. – 2012. – № 6 (36). – S. 23-31.
6. Korotkova T.L. Kommertsyalizatsiya y marketynh ynnovatsyi: monohrafyia / T.L. Korotkova, A.V. Vlasov.M.: Kreatyvnaia ekonomyya, 2012. - 168 s.
7. Kotler F. Osnovy marketynha: per.s anhl. / F. Kotler, H. Armstronh, D.Sonders. - 2.evrop.yzd. – Spb.: Vyliams, 2000. – 943 s.
8. Kukharskaia N. A. Marketynh ynnovatsyi: uchebnoe posobyie / N.A.Kukharskaia, L.V.Novoshynskaia. – Odesa: «Atlant VOI SOIU», 2016. – 215 s.
9. Karpova S. V. Razvytye ynnovatsyonnykh napravleniy marketynha / S.V. Karpova // Upravlencheskye nauky. – 2013. – № 2 (7). – S. 71-76.
10. Sherstobytova T. Y. Marketynh ynnovatsyi / T. Y. Sherstobytova – Penza: Yzdatelstvo PHU, 2009. – 126 s.
11. Nauchnye osnovy marketynha ynnovatsyi: monohrafyia v 3 t. Tom 1. / pod red. d.э.n., professora S.N. Yliashenko. – Sумы: ООО «Pечатный дом «Папирус», 2013. – 279 s.
12. Tymofeev N.V. Marketynh ynnovatsyi: sushchnost, funktsyy y znachymost. Mesto marketynha srede ynnovatsyonnykh protsessov // Kreatyvnaia ekonomyya. – 2015. – Т. 9. – № 4. – S. 519-530.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018 Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 635.658:631.6:631.5:631.8  
DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-175-181

ВАСИЛЕНКО Н. Є.,  
АВЕРЧЕВ О. В.

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## СТРОКИ ЗБИРАННЯ ВРОЖАЮ БАГАТОРІЧНИХ ЗЛАКОВИХ НИЗОВИХ ТРАВ ЗАЛЕЖНО ВІД ФОРМУВАННЯ ВРОЖАЮ

*Існуючий в Україні стан насінництва не забезпечує потреб виробництва в необхідному асортименті трав, особливо злакових, слабо враховуються можливості спеціалізації вирощування насіння стосовно агрокліматичних умов. Недостатнім є асортимент видів та сортів лукопасовищних трав для різних ґрунтово-кліматичних зон. Це стосується в першу чергу таких видів злакових трав, як костриця червона, лучна та очеретяна, стоколос безостий, мітлиця велетенська та тонка, тонколіг лучний і болотний та ін.*

*На основі вивчення процесу формування урожаю насіння злакових трав (костриць: червоної, тонколістої; мітлиці тонкої) удосконалена методика прогнозування його стиглості та удосконалено технологічний процес збирання і післязбиральна підготовка насіння. Це дозволить збільшити вихід насіння з високими посівними якостями, значно скоротити енерговитрати і затрати праці при збиранні та післязбиральній підготовці насіння.*

*За нашими дослідженнями, ми рекомендуємо розпочинати збирання злакових трав на незначних площах за вологості насіння 35 – 30 %, де збирання можна проводити за один календарний день. А на більших площах, де обмолот неможливо провести за один день, навіть при достатній забезпеченості технікою збирання доцільно розпочинати при вологості 38 – 40 %, тоді як основна частина цієї роботи буде припадати на період, коли вміст вологи в насінні складатиме 32 – 35 %.*

*Сучасні сорти багаторічних злакових трав характеризуються високою гене-тично обумовленою насінневою продуктивністю. Однак здатність до осипання та нерівномірне дозрівання призводять до значних втрат, такі трави ставлять підвищені вимоги до процесу збирання насінницьких травостоїв. Як на думку вчених, запізнення зі збиранням насіння злакових трав на 2-3 дні призводить до втрати від 30 до 60% врожаю.*

*Завданням наших досліджень є визначення оптимального строку збирання насіння злакових низових трав і їх післязбиральної доробки. Встановлено, що найбільша кількість розчинних вуглеводів в насінні злакових трав міститься при вологості 55%. У міру дозрівання відбувається зміна хімічного складу насіння. При вологості 45% вміст вуглеводів різко зменшується в 2-4 рази в залежності від виду трав.*

*Існують різні думки щодо строків збирання насінневих посівів злакових трав. Візуальні методи оцінки не дають можливість правильно вибрати термін і зібрати насіння без втрат, адже відомо, що більшість видів злакових трав мають здатність обсіпатися в період молочно-воскової і воскової стиглості насіння.*

*Тому виникає необхідність розробити об'єктивні методи визначення строку збирання насінневих травостоїв. Найбільш точним і доступним способом є визначення терміну збору насіння трав по їх вологості. Визначення строку збиральної стиглості насіння злакових трав за його вологістю базується на моніторингу вмісту вологи в процесі дозрівання насіння, який визначається лабораторним методом шляхом висушування відібраних зразків насіння в сушильній шафі. В зв'язку з цим проведення додаткових досліджень з цих питань є актуальним і представляє безумовний інтерес.*

*Ключові слова: врожай, культура, насінництво, економічний потенціал*

VASYLENKO N.,  
AVERCHEV O.

State Higher Educational Institution "Kherson State Agrarian University"

## FORMATION OF SEED YIELD OF SHORT CEREAL GRASSES AND IT'S SOWING QUALITIES DEPENDING ON THE TIME OF ITS HARVEST

*The current state of seed production in Ukraine does not meet the needs of production in the necessary assortment of grasses, especially cereals, and the possibilities of specializing seed cultivation in agroclimatic conditions are poorly considered. The range of varieties of grasses on grassland for different soil and climatic zones is insufficient. First of all this concerns such cereals such as red fescue, meadow and reed fescue, awnless bromegrass, Giant and colonial Bentgrass, bulbous and fowl bluegrass, etc.*

*On the basis of the study of the process of yield formation of cereal seeds (red fescue, slender fescue; colonial Bentgrass), the technique of forecasting its ripeness and the technological process of harvesting and post-harvesting preparation of seeds has been improved. This allows increasing the yield of seeds with high sowing qualities, significantly reducing energy and labor costs during harvesting and post-harvesting preparation of seed.*

*According to our research, we recommend to start harvesting cereals in small areas with a seed moisture content of 35 - 30%, where harvesting can be done during one day. And in large areas where threshing cannot be carried out in one day, even with sufficient equipment, harvesting is advisable to start at humidity of 38 - 40%, whereas the bulk of this work is done in the period when the moisture content of the seeds is 32 - 35%.*

*Modern varieties of perennial grasses are characterized by high genetically determined seed productivity. However, the shattering ability and uneven ripening lead to significant losses. Such grasses have increased demands to the process of harvesting seed grass stands. According to scientists, the delay in harvesting cereal seeds for 2-3 days leads to a loss of 30 to 60% of the crop.*

*The aim of our research is to determine the optimal term for the harvesting seeds of short cereal grasses and their post-harvest processing. It is set that the highest amount of soluble carbohydrates in cereal seeds is contained at 55% humidity. At the ripening period, changes of the chemical composition of the seeds take place. At the humidity of 45% the content of carbohydrates sharply decreases in 2-4 times depending on the type of grasses.*

*There are differing views on the timing of the harvesting of cereal grasses seed crops. Visual assessment methods do not allow to choose the right time and to harvest seeds without losses, because it is known that most types of cereals have the ability to shattering during the period of milky-waxy and waxy seeds ripening.*

*Therefore, there is a need to develop objective methods for determining the term of harvesting seed grasses. The most accurate and accessible way is determination of the timing of grass seeds harvesting by their humidity. Determination of the term of harvesting of cereal seeds by its moisture content is based on monitoring the moisture content during the process of seed ripening, which is determined by the laboratory method by drying the selected seed samples in a drying cabinet. In this regard, additional research on these issues is relevant and of absolute interest.*

*Keywords: crop, culture, seed production, economic potential*

Удосконалена методика прогнозування його стиглості злакових трав (костриць: червоної, тонколистої; мітлиці тонкої) на основі вивчення процесу формування урожаю насіння та удосконалено технологічний процес збирання і післязбиральна підготовка насіння. Це дозволить збільшити вихід насіння з високими посівними якостями, значно скоротити енерговитрати і затрати праці при збиранні та післязбиральній підготовці насіння.

У статті представлені дані наукових досліджень в області визначення стиглості трави насіння низових трав: костриці червоної, костриці тонколистої, мітлиці тонкої і способів поліпшення їх посівних якостей, що дозволяє підвищити врожайність насіння з високими посівними якостями і значно скоротити витрати на заготовку та підготовку насіння після збору врожаю. Виявлено, що за три роки досліджень максимальний врожай костриці тонколистої склав 391 кг/га, мітлиці тонкої - 479 кг / га з оптимальною вологістю 35% в середньому. У костриці тонколистої з вологою насіння 30%, врожайність зменшилася на 9 кг на га (2,4%), а в мітлиці тонкої - на 7 кг на га (1,5%). Оптимальним часом для обмолоту костриці червоної на 2014–2016 рр. був період з вологою насіння 30%, що забезпечило рівень врожайності 401 кг на гектар.

Сучасні сорти багаторічних злакових трав характеризуються високою гене-тично обумовленою насінневою продуктивністю. Однак здатність до осипання та нерівномірне дозрівання призводять до значних втрат, такі трави ставлять підвищені вимоги до процесу збирання насінницьких травостоїв. Як на думку вчених, запізнення зі збиранням насіння злакових трав на 2-3 дні призводить до втрати від 30 до 60% врожаю [1-4].

Завданням наших досліджень є визначення оптимального строку збирання насіння злакових низових трав і їх післязбиральної доробки. Встановлено, що найбільша кількість розчинних вуглеводів в насінні злакових трав міститься при вологості 55%. У міру дозрівання відбувається зміна хімічного складу насіння [5]. При вологості 45% вміст вуглеводів різко зменшується в 2-4 рази в залежності від виду трав.

Існують різні думки щодо строків збирання насінневих посівів злакових трав. Візуальні методи оцінки не дають можливість правильно вибрати термін і зібрати насіння без втрат, адже відомо, що більшість видів злакових трав мають здатність обсіпатися в період молочно-воскової і воскової стиглості насіння.

Тому виникає необхідність розробити об'єктивні методи визначення строку збирання насінневих травостоїв. Найбільш точним і доступним способом є визначення терміну збору насіння трав по їх вологості. Визначення строку збиральної стиглості насіння злакових трав за його вологістю базується на моніторингу вмісту вологи в процесі дозрівання насіння, який визначається лабораторним методом шляхом висушування відібраних зразків насіння в сушильній шафі. В зв'язку з цим проведення додаткових досліджень з цих питань є актуальним і представляє безумовний інтерес.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій :** Внесення в ґрунт фосфорних добрив спричиняє нестачу цинку для рослин, а застосування калійних добрив - магнію [6]. На доступність хроелементів для рослин впливає також реакція ґрунтового розчину. Так, І. Анспок встановив, що ефективність молібдену зростає із зростанням кислотності, а ефективність міді — із зменшенням кислотності [7]. Застосування мікроелементів поряд з іншими агротехнічними прийомами додатковим резервом підвищення урожайності та якості : сільськогосподарської продукції [8].

Скошування надземної частини рослин впливає і на її підземну частину: з "спостерігається відмирання частини старих і утворення нових коренів, припиняється їх ріст, знижується здатність до поглинання поживних речовин [9]. На думку К.А. Куркіна, це пояснюється порівняно швидкими з втратами і повільним накопиченням в рослині запасних поживних речовин, в першу чергу вуглеводів, низький вміст яких спостерігається в період : максимального приросту маси (фази виходу в трубку і початок колосіння). Найбільший вміст вуглеводів в травах відмічений в фазі кушення і в деякій мірі, менший у фазі плодоношення [10]. Як зазначає К.Т. Терехова [11], збільшення частоти скошування з 1-2 до 5-4 сприяє покращенню кормових якостей трави, але при цьому, як правило, : зменшується маса урожаю. Проте, на думку А.М. Дзвоника, на продуктивності "травостою негативний вплив багаторазового скошування не позначається, якщо "перший укіс провести в період цвітіння переважаючих видів трав, або значно - ослаблюється при подовженні міжукісного періоду до 55-60 днів [12], а також при такій системі використання, яка передбачає чергування кількості і строків скошування за роками [10, 13,14]. Але збільшення кількості укосів не завжди призводить до зниження урожайності. Як зазначає І.П. Мінша [15], при сприятливих умовах живлення рослин, часте зрізання верхівки генеративного пагону злакових трав, стимулює їх кушення і сприяє збільшенню пагонів в наступних циклах. Подальшими дослідженнями встановлено, що поєднання багатуокісного використання з оптимальним забезпеченням травостою вологою



за елементами живлення призводить до підвищення їх продуктивності [16, 17, 18]. Після раннього скошування трави краще відрастають і на цих угіддях можливість провести більше скошувань, одержати корм вищої якості [19].

**Матеріали і методи проведення досліджень** Польові дослідження з вивчення впливу строків збирання на насінневу продуктивність та посівні якості насіння багаторічних злакових трав проводили впродовж 2014 - 2016 рр. на дослідному полі Інституту кормів та сільського господарства Поділля НААН (відділу насінництва та трансферу інновацій). Згідно з геоморфологічним районуванням України територія дослідного поля належить до Придніпровської височини геоморфологічного району - Вінницької денудаційно-аккумулятивної хвилястої рівнини і відноситься до Губбореального (помірно теплого) ґрунтового географічного поясу в зоні лісостепу. Ґрунти дослідної ділянки сірі лісові - типові для даного агроґрунтового району з такими агрохімічними показниками.

Ґрунти сірі лісові з показниками: рН 5,2-5,5, гідролітична кислотність (Нr) - 1,75-2,14 мг-екв / 100 г ґрунту, сума поглинених підстав - 12-13 мг-екв/100 г ґрунту, в орному шарі ґрунту (0-20 см) вміст гумусу становить 1,91-2,14%, легкогідролізованого азоту по Корніфільду - 6,3-6,8, рухомих форм фосфору ( $P_2 O_5$ ) по Чирикова і калію ( $K_2 O$ ) - відповідно 14,5-16,0 і 9,3-10,5 мг/100 г ґрунту. Недоліком цього типу ґрунтів є схильність до заплівання, утворення ґрунтової кірки. Це прискорює втрати вологи з верхнього шару ґрунту, утруднює появу сходів та зумовлює пошкодження рослин при проростанні. В цілому, при досить високому вмісті гумусу, високій забезпеченості фосфором, середньої забезпеченості калієм та слабокислій ґрунтовій реакції ґрунти дослідного поля характеризуються достатнім потенціалом для реалізації кормової та насінневої продуктивності багаторічних назових злакових трав.

Погодні умови 2014 – 2017 років відповідали природній зоні Лісостепу. Зима 2014 року характеризувалась коливаннями температури, талим ґрунтом, частими і тривалими відлигами, недобором опадів. Протягом двох декад грудня рослини перебували в стані зимового спокою. З 23 грудня по 18 січня температурний режим відповідав весняним значенням, характеризувався відсутністю снігового покриву та талим ґрунтом. Рослини перебували на межі відновлення вегетації, витрачали поживні речовини та знижувалась їх морозостійкість. З 19 січня встановився сніговий покрив і на кінець січня його висота становила 16-27 см. Це захистило рослини від пошкодження при зниженні мінімальної температури повітря (20-25<sup>0</sup>С морозу), яке спостерігалось 24-31 січня. Мінімальна температура на глибині залягання вузла кушіння злакових нижче 3-5<sup>0</sup>С морозу не опускалась. З 9 по 20 лютого спостерігалась відлига, але наявність снігового покриву забезпечила рослинам стан зимового спокою. Перезимівля злакових трав проходила при коливанні добових температур від позитивних (21-24.02 2014 р.) до від'ємних значень (25-28. 02. 2014 р.) при незначному сніговому покриву. Мінімальна температура на глибині залягання вузла кушіння злакових знаходилась в межах 0-1<sup>0</sup>С морозу. Місцями відмічено ураження рослин сніговою пліснявою та борошнистою россою.

У зв'язку з різким підвищенням температури в другій декаді перехід середньодобової температури повітря через +5<sup>0</sup>С в бік підвищення відмічено 11 березня, що на 20-26 днів раніше середньобагаторічних показників. Інтенсивне наростання тепла та суха погода сприяли швидкому підсиханню ґрунту. 12-14 березня рослини відновили вегетацію, що в середньому на 14 днів раніше середньобагаторічних строків. Тривалі відлиги спричинили ослаблення рослин та ураження грибковими хворобами. На 28 березня запаси продуктивної вологи під рослинами в орному шарі становили 21-44 мм (добрі), а сума ефективних температур вище +5<sup>0</sup>С рівнялась 55-85<sup>0</sup>С, що значно вище норми. Зниження температури, яке спостерігалось 16-17 березня не завдало шкоди рослинам.

Відсутність опадів протягом двох декад вересня 2014 року при нормі 31 мм на фоні підвищеного температурного режиму не сприяли накопиченню вологи в ґрунті. Опади, які пройшли в період з 20.09 по 23.09 запаси вологи в ґрунті, але залишилися недостатніми і в орному шарі 0-20 см становили 27-34 мм. Суха погода утримувалась до середини жовтня. 15 жовтня відмічені нерівномірні опади (3-24 мм). У третій декаді жовтня спостерігались опади у вигляді снігу. 25 жовтня встановився сніговий покрив на талому ґрунті, висота якого становила 2-7 см. Коливання температури в кінці жовтня призвели до тимчасового припинення вегетації 23-24 жовтня. Остаточне припинення вегетації відмічено 14 листопада.

Стійкого та значного снігового покриву протягом зимового періоду не було. Всього за період з 28.10 2014 по 10.02.2015 року випало 127 мм опадів при нормі 130 мм. Погодні умови для перезимівлі с.-г. культур були складними із-за нестійкого снігового покриву, незначного промерзання ґрунту, чергування від'ємних та позитивних температур, зниження температури при відсутності достатнього снігового покриву, тривалі відлиги з позитивними добовими температурами (10.01-14.01; 19.01-24.01; 30.01-3.02). у періоди глибоких відлиг багаторічні трави перебували на межі відновлення вегетації, витрачали поживні речовини та знижували морозостійкість.

Зима 2016 року характеризувалась нестійким температурним режимом, чергуванням суттєвих знижень температури з глибокими тривалими відлигами, частими утвореннями та руйнуванням снігового покриву. Погодні умови першої декади грудня були несприятливі для перезимівлі злакових трав, внаслідок, різкого зниження мінімальних температур до 23<sup>0</sup>С морозу, при висоті снігового покриву 6 см. Мінімальна температура на глибині залягання вузла кушіння злакових трав була в межах 2 – 5<sup>0</sup>С.

Відсутність ефективних опадів, нічні заморозки та вітряна погода сприяла швидкому підсиханню верхніх шарів ґрунту. Станом на 31 березня сума ефективних температур вище + 5°C накопичилася в межах 9 – 16°C. На 28 березня запаси продуктивної вологи під рослинами в орному шарі становили 42 мм (добрі). Низові злакові трави повільно росли та знаходились в фазі кушіння.

Погодні умови першої декади червня були в цілому сприятливі для розвитку багаторічних трав. Протягом другої декади червня спостерігалась прохолодна погода з дощами. Надмірні опади призвели до вимивання поживних речовин з орного шару ґрунту, що зумовило додаткову потребу у підживленні с.г. культур.

В третій декаді червня спекотна погода формувалася під впливом повітряних мас з Північної Африки та Середньоземноморського циклону. Проходили нерівномірні дощі, місцями сильні, в окремих районах спостерігалися грози, град. Перезволоження ґрунту викликало полягання посівів злакових трав. Запаси продуктивної вологи в орному шарі ґрунту залишалися на рівні достатніх, надлишкових та оптимальних в межах 34 мм. Кількість опадів склала 15,4 мм, що становить 48 % від норми. Кінець третьої декади червня був початком збирання врожаю низових злакових трав.

Умови вегетації багаторічних злакових трав протягом осені 2016 року знаходились в тісній залежності від кількості опадів. Протягом другої декади жовтня відбулась суттєва зміна погодних умов, які обумовили переміщення активних циклонів та холодних атмосферних фронтів. Проїшли сильні опади, в вигляді дощу та мокрого снігу. Їх кількість відповідала місячній нормі. У другій декаді жовтня випало 35 мм опадів, що становить 438 % декадної норми. Стан посівів покращився після дощів у жовтні.

Таким чином, слід стверджувати, що вегетаційні періоди 2014-2017 рр. були різними, а погодні умови зони є сприятливими для вирощування багаторічних трав, що досліджувалися.

Закладка облікових майданчиків по вивченню впливу строків збирання врожаю насіння злакових трав: костриці червоної, тонколистий і мітлиці тонкої - проводилися згідно загально визнаною методикою в кормовиробництві [20-23]. Костриця червона сорту Айра, костриця тонколиста сорту Барва, мітлиця тонка сорту Юнона висівали черезрядним способом з нормами висіву відповідно 5,0; 5,5 і 10,0 млн шт./га схожих насінин.

Перше визначення вологості насіння починали через 10 днів після фази повного цвітіння, друге - через три дні, а потім щодня шляхом відбору проб насіння і визначення вмісту вологи в них в лабораторних умовах. Насіння зі снопа обмо-лочували, очищали, а зразок висушували в сушильній шафі при температурі 130°C протягом 1 год [24].

Математичну обробку результатів досліджень проводили методом дис-персійного і кореляційно-регресійного аналізу на персональному комп'ютері з використанням спеціальних пакетів прикладних програм типу Excel, Statistika, Sigma [25].

**Результати досліджень.** Збір врожаю насіння - найбільш складний і відповідальний етап насінництва. Складність обумовлена такими факторами, як не дружнє дозрівання і осипання насіння, забивання молотарки комбайна через наявність великої кількості лістостеблової маси.

Ознакою стиглості насіння злакових трав є їх осипання з верхівок (5-10%) суцвіття при легкому ударі суцвіття по долоні. У зв'язку з цим виникає проблема розробки і застосування більш ефективних методів визначення стану готовності травостою до збирання, які в порівнянні з оцінкою за зовнішніми ознаками дозволяли б вибирати оптимальні строки збирання врожаю, що значно зменшило б втрати насіння при обмолоті.

У 2014-2016 рр. проводилися дослідження з вивчення впливу строків збирання врожаю насіння злакових трав шляхом прямого їх комбайнування в діапазоні вологості насіння від 45 до 20%. Всього визначено шість термінів з інтервалом вологості між строками 5%. Пряме комбайнування має багато переваг перед роздільним способом збору врожаю, в першу чергу це зменшення витрат часу, матеріальних засобів і праці. Крім того, при збиранні прямим комбайнуванням за оптимальної вологості насіння злакових трав втрати становлять 10-20% проти 30-40% і більше при роздільному.

Оптимальна вологість насіння під час збору врожаю - 35%, при цих умовах врожайність за роки проведення досліджень для костриці тонколистий склала 391 кг/га, а мітлиці тонкої - 479 кг/га. При збиранні насіння з вологістю 30% вро-жайність зменшувалася на 9 кг/га у костриці тонколистий, або на 2,4%, а у мітлиці тонкої - на 7 кг/га, або на 1,5% (таблиця 1). Коли збирали насіння за вологості 45 і 40%, врожайність костриці тонколистий Барва склала 223 кг/га, а мітлиці тонкої Юнона - 345 кг/га і була нижчою на 14,6 і 15,4% через неповний обмолот.

При цьому значно зростали витрати на досушування і очищення купи, так як в ньому значно збільшився вміст домішок у вигляді подрібненого листя і стебла, вологість яких значно перевершує вологість насіння. У таких випадках виникає небезпека передачі вологи з домішок, а при тривалому перебуванні купи в бункері комбайна, в мішках або буртах - небезпека швидкого його зігрівання і псування насіння злакових культур.

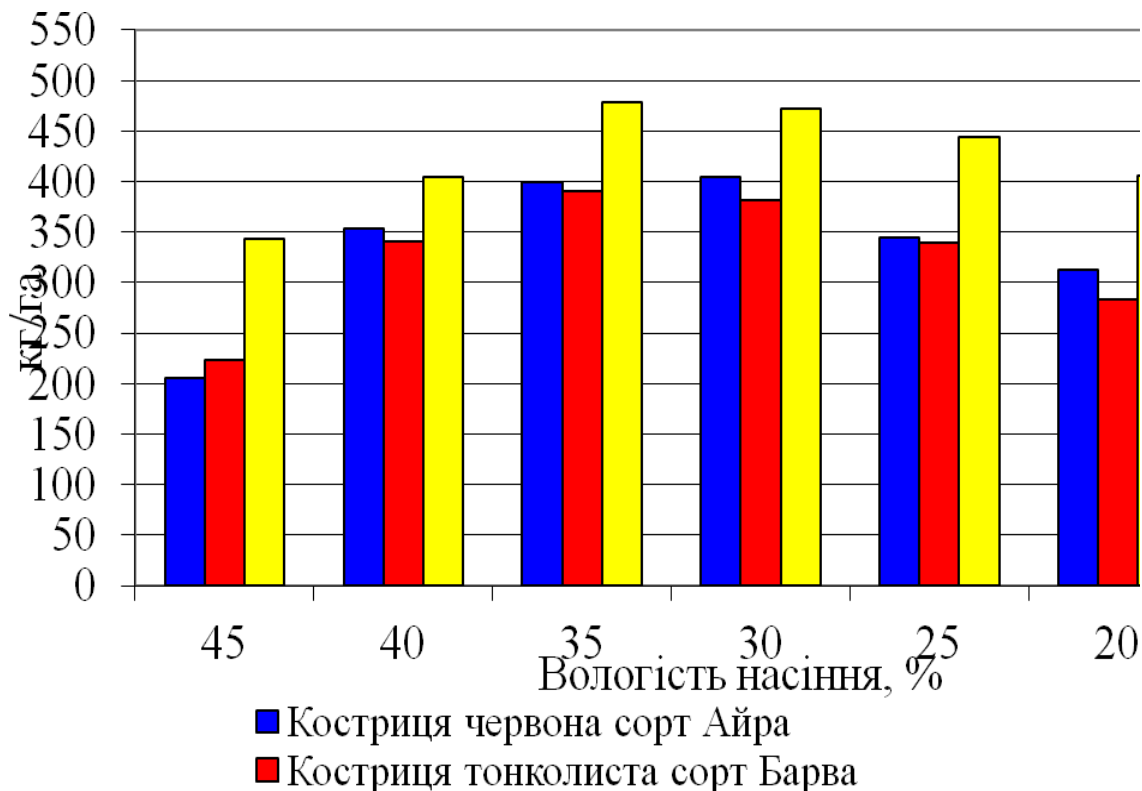


Рис. 1. Вплив строків збору врожаю на врожайність насіння низових злакових трав (в середньому за 2014–2016 рр.)

Урожайність насіння костриці тонколистої і мітлиці тонкої при проведенні збору врожаю при вологості насіння 25% склала 347 і 444 кг/га, при 20% - 293 і 416 кг/га. При пізніх строках збирання врожаю костриці тонколистої і мітлиці тонкої за вологості насіння 25% врожайність знижувалася на 12,7 і 7,9%, а при 20% - на 33,4 і 15,1% порівняно з оптимальним строком.

Під час обмолоту костриці червоної сорту Айра в середньому за 2014-2016 рр. досліджень при ранньому терміні збору врожаю (вологість насіння 40%) значна частина насіння залишалася вимолоченою з суцвіть. Урожайність становила 354 кг/га, що на 13,3% менше, ніж при обмолоті в оптимальний термін. Оптимальним строком в середньому за роки досліджень виявився термін обмолоту при вологості насіння 30%, який забезпечив рівень врожайності 401 кг/га. Рівень врожайності при обмолоті за вологості 25 і 20% склав відповідно 345 і 313 кг/га, що на 16,2 і 28,1% менше порівняно з оптимальним строком.

Втрати врожаю значно зростають за рахунок природного осипання і видув-вання з комбайна насіння з незначною фізичною масою при обмолоті. Єдиною перевагою строків збирання при вологості 25 і 20% є те, що насіння мають меншу вологість і містять незначну кількість домішок, це полегшує процес їх досушування і очищення. На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що кострицю червону доцільно збирати прямим комбайнуванням за вологості насіння 35-30%.

Це дозволяє зібрати насіння з найменшими втратами і з високими посівними якістьями. Більш раннє збирання врожаю (за вологості 40-45%), а також пізнє (за вологості 20-25%) призводить до втрати 20-50% насіння. Показники структурного аналізу врожаю насіння костриці червоної сорту Айра і тонколистої сорту Барва, зокрема маса 1000 насінин, залежали від строків збирання врожаю. При вологості насіння 30-20% маса 1000 насінин становила 0,82-0,85 г. Проведення їх обмолоту за вологості насіння 45 і 40% призводило до зменшення маси 1000 насінин на 0,15 і 0,11 г в порівнянні з оптимальним терміном збирання врожаю за вологості 30-35%.

При проведенні збирання врожаю мітлиці тонкої в 2016 році за вологості насіння 35-25% маса 1000 зернин перебувала в межах 0,08 г. Однак при обмолоті мітлиці тонкої в ранні строки за вологості насіння 45 і 40% спостерігалось зменшення маси 1000 насінин на 0,03 і 0,02 г порівняно з оптимальним терміном.

Лабораторні дослідження з визначення посівних якостей насіння показали, що їх величина залежала від строків збирання і вологості насіння. Найбільше ця залежність проявилася в силі зростання, так як цей показник більш об'єктивний і на нього впливає більшою мірою не кількість пророслого насіння, а їх якісні показники, такі як величина розвитку проростка і кореневої системи.

Висновки. В результаті проведених досліджень встановлено, що максимальна врожайність костриці тонколистої в середньому за роки досліджень становила 391 кг/га, мітлиці тонкої - 479 кг/га при оптимальній вологості 35%. За вологості насіння 30% врожайність зменшувалася на 9 кг/га (2,4%) у костриці тонколистої, а у мітлиці тонкої - на 7 кг/га (1,5%). Оптимальним строком обмолоту костриці

червоної в середньому за роки досліджень виявився термін за вологості насіння 30%, що забезпечило рівень врожайності 401 кг/га.

### Література

- 1 Антонив, С. Ф., Колесник С. И. Семеноводство злаковых трав, особенности технологии выращивания семян новых и перспективных сортов / Семеноводство. – 2005. – № 11. – С. 7–10, 15–16.
- 2 Семеноводство и семенной контроль / Й. Берна [и др.]: [пер. с чеш.]. – М.: Ко-лос, 1981. – 335 с. – (Семеноводство и семенной контроль).
- 3 Петриченко, В. Ф., Бугаев В. Д., Антонов С. Ф., Технологии выращивания бобовых и злаковых трав на семена, – Винница, 2005. – 52 с.
- 4 Кирилеско, А. Л. Агроэкологические основы производства и использования травянистых кормов: монография. – Харьков: НТУ, 2012. – 309 с.
- 5 Богородская, П. Б., Павлинова В. В. Влияние сроков уборки на урожай семян злаковых трав / Сборник научных трудов БелНИИ мелиорации и водного хозяйства. – 1985. – № 33. – С. 121–127.
- 6 Городній М. М. Агрохімія: підручник. - 4-те вид., переробл. та доп. М. - К.: Арістей, 2008. - 936 с.
- 7 Анспок П. И. Почвенные условия и эффективность применения микроэлементов в Латвийской СССР : автореф. на соискание учен. степени д-ра с.-х. наук / П. И. Анспок - Каунас, 1979. - 53 с.
- 8 Кутузова А. А., Трофимова Л. С., Козьмин Н. В., Антонова Л. С. Бобовые травы при различных системах ведения сеяных сенокосов, Кормопроизводство. - 1998. - №6. - С. 5 - 9.
- 9 Клапп Э. Сенокосы и пастбища / Клапп Э. Перевод с немецкого / -М.: Изд. С-х. лит., 1961. - 615 с.
- 10 Куркин К. А., Якушев Д. В. Биологические основы интенсивного использования луговых травостоев./ Интенсификация лугопастбищного производства: Науч. тр. ВНИИК. - М. - 1983. - Вып.28. - С. 2 4 -3 4 .
- 11 Терехова К. Т., Павлов В. А., Комахим П. И. Улучшение и использование естественных сенокосов на пойменных землях, / Кормопроизводство: Науч. тр. ВНИИК. - М., 1980. - Вып. 23. - С. 45 - 50.
- 12 Дзвоник А. М. Сделать пойменные луга высокопродуктивными в юго-западном районе Украины/ Кормопроизводство. - 1984. - № 8. -С. 16-18.
- 13 Афанасьев Д. Я., А. В. Боговин Луга Полесья и пути их улучшения, - К.: Наукова думка, 1984. - 72 с.
- 14 Темирсултанов Э. Э. Продуктивность агрофитоценозов в зависимости от обогащения их бобовыми компонентами и внесения удобрений/ Кормопроизводство. - 2002. - № 9. - С. 8 - 13.
- 15 Минина И. П. Луговые травосмеси - М.: Колос, 1972.-288 с.
- 16 Ромашов П. И. Удобрение сенокосов и пастбищ/ - М.: Колос, 1969.-271 с.
- 17 Лешкович Р. І. Вплив мінеральних добрив та стимуляторів росту на показники якості багаторічних трав / Корми і кормо 196 виробництво. Міжвідомчий тематичний науковий збірник / Ред.кол.: В. Ф. Петриченко (відп.ред.). - Вінниця, “Діло”. - 2006. - Вип. 58. - С. 28 - 33.
- 18 Ющак В. С. Продуктивность злаковых травосмесей в зависимости от удобрения и режимов скашивания / Корма и кормопроизводство. - № 20. - 1985. - С. 48 -52.
- 19 Бабич А. О. П. С. Макаренко, К. С. Михайлов.та інші. Створення кормових угідь на схилі землях, - К.: Урожай, 1991. - 200 с.
- 20 Методика проведения опытов в кормопроизводстве / под ред. А. О. Бабича. – Винница, 1994. – 87 с.
- 21 Гаврилюк, Н. Н. Основы современного семеноводства: на укр. яз. – Киев: ННЦ «ИАЭ», 2004. – 256 с.
- 22 Доспехов, Б. А. Методика полевого опыта. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Агропромиздат, 1985. – 351 с.
- 23 Новосёлов, Ю. К, Харьков Г. Д., Шеховцова Н. С., Методические указания по проведению полевых опытов с кормовыми культурам; ВНИИ кормов им. В. Р. Вильямса. – М., 1983. – 198 с.
- 24 Справочник по выращиванию семян многолетних трав / Б. С. Зинченко [и др.]. – Киев: Урожай, 1990. – 230 с.
- 25 Вергунов, И. М. Основы математического моделирования для анализа и про-гноза агрономических процессов. – Киев: Нора принт, 2000. – 146 с.

### References

- 1 Antonyv, S. F., Kolesnyk S. Y. Semenovodstvo zlakovykh trav, osobennosti tekhnolohyy vyra-shchyvaniya semian novykh y perspektyvnykh sortov / Semenovodstvo. – 2005. – № 11. – S. 7–10, 15–16.
- 2 Semenovodstvo y semennoi kontrol / Y. Berna [y dr.]: [per. s chesh.]. – M.: Ko-los, 1981. – 335 s. – (Semenovodstvo y semennoi kontrol).
- 3 Petrychenko, V. F., Buhaev V. D., Antonov S. F., Tekhnolohyy vyrashchyvaniya bobovykh y zlakovykh trav na semena,– Vynnytsa, 2005. – 52 s.
- 4 Kyrylesko, A. L. Ahrojekolohyeheskye osnovy proyzvodstva y yspolzovaniya travianystrykh kormov: monohrafyia. – Kharkov: NTU, 2012. – 309 s.
- 5 Bohorodskaia, P. B., Pavlynova V. V. Vlyianie srokov uborky na urozhai semian zlakovykh trav / Sbornyk nauchnykh trudov BelNYY melyoratsyy y vodnoho khoziaistva. – 1985. – № 33. – S. 121–127.
- 6 Horodnii M. M. Ahrokhimiia: pidruchnyk. - 4-te vyd., pererobl. ta dop. M. - K.: Aristei, 2008. - 936 s.
- 7 Anspok P. Y. Pochvennye uslovyia y jefektyvnost prymereniya mykrojelementov v Latvyiskoi SSSR : avtoref. na soyskanye uchen. stepeny d-ra s.-kh. nauk / P. Y. Anspok - Kaunas, 1979. - 53 s.
- 8 Kutuzova A. A., Trofymova L. S., Kozmynykh N. V., Antonova L. S. Bobovye travy pry razlychnykh systemakh vedeniya seianykh senokosov, Kormoproyzvodstvo. - 1998. - №6. - S. 5 - 9.
- 9 Klapp Je. Senokosy y pastbyshcha / Klapp Je. Perevod s nemetskoho / -M.: Yzd. S-kh. Iyt., 1961. - 615 s.
- 10 Kurkyn K. A., Yakushev D. V. Byolohyeheskye osnovy yntensyvnoho yspolzovaniya luhovykh travostoev./ Yntensyfykatsyia luhopastbyshchnoho proyzvodstva: Nauch. tr. VNYUK. - M. - 1983. - Vyp.28. - S. 2 4 -3 4 .
- 11 Terekhova K. T., Pavlov V. A., Komakhym P. Y. Uluchshenye y yspolzovanye estestvennykh senokosov na poimennykh zemliakh, / Kormoproyzvodstvo: Nauch. tr. VNYUK. - M., 1980. - Vyp. 23. - S. 45 - 50.
- 12 Dzvonyk A. M. Sdelat poimennye luha vysokoproduktyvnymy v yuho-zapadnom raione Ukrainy/ Kormoproyzvodstvo. - 1984. - № 8. -S. 16-18.
- 13 Afanasev D. Ya., A. V. Bohovyn Luha Polesia y puty ykh uluchsheniya, - K.: Naukova dumka, 1984. - 72 s.
- 14 Temirsultanov Je. Je. Produktyvnost ahrofyototsenozov v zavysymosty ot obohashcheniya ykh bobovymy komponentamy y vneseniya udobreniy/ Kormoproyzvodstvo. - 2002. - № 9. - S. 8 - 13.
- 15 Mynyna Y. P. Luhovye travosmesy - M.: Kolos, 1972.-288 s.
- 16 Romashov P. Y. Udobrenye senokosov y pastbyshch/ - M.: Kolos, 1969.-271 s.

- 
17. Leshkovych R. I. Vplyv mineralnykh dobryv ta stymuliatoriv rostu na pokaznyky yakosti bahatorichnykh trav / Kormy i kormo 196 vyrobnytstvo. Mizhvidomchyi tematychnyi naukovyi zbirnyk / Red.kol.: V. F. Petrychenko (vidp.red.). - Vinnytsia, "Dilo". - 2006. - Vyp. 58. - S. 28 - 33.
  18. Yushchak V. S. Produktyvnost zlakovykh travosmesei v zavysymosti ot udobreniya y rezhymov skashyvaniya / Korma y kormoproizvodstvo. - № 20. - 1985. - S. 48 -52.
  19. Babych A. O. P. S. Makarenko, K. S. Mykhailov.ta inshi. Stvorennia kormovykh uhid na skhylovykh zemliakh, - K.: Urozhai, 1991. - 200 s.
  20. Metodyka provedeniya opytov v kormoproizvodstve / pod red. A. O. Babycha. - Vynnytsa, 1994. - 87 s.
  21. Havryliuk, N. N. Osnovy sovremennoho semenovodstva: na ukr. yaz. - Kyev: NNTs «YAJe», 2004. - 256 s.
  22. Dospekhov, B. A. Metodyka polevoho opyta. - 5-e yzd., dop. y pererab. - M.: Ahropromyzzdat, 1985. - 351 s.
  23. Novosjolov, Yu. K, Kharkov H. D., Shekhovtsova N. S., Metodicheskiye ukazaniya po provedeniyu polevykh opytov s kormovymy kulturam; VNYY kormov ym. V. R. Vyliamsa. - M., 1983. - 198 s.
  24. Spravochnyk po vyrashchivaniyu semian mnoholetnykh trav / B. S. Zynchenko [y dr.]. - Kyev: Urozhai, 1990. - 230 s.
  25. Verhunov, Y. M. Osnovy matematycheskoho modelyrovaniya dlia analiza y pro-hnoza ahronomycheskykh protsessov. - Kyev: Nora prynt, 2000. - 146 s.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК:330.322:342.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-182-188

САКУН О. С.

Чернігівський національний технологічний університет

## ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РЕСУРС СТРУКТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ

*В статті доведена важливість формування інвестиційного ресурсу для структурної модернізації економіки шляхом стимулювання інноваційних перетворень. Проведено аналіз та узагальнення дефініційного визначення терміну інвестиційний ресурс та здійснена спроба запропонувати авторське визначення його як сукупності фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни. На основі дослідження загальних та специфічних ознак інвестиційного ресурсу, побудови його структури визначено особливу роль та місце інвестиційного ресурсу в інновації. Являючи собою складну динамічну систему, інвестиційний ресурс містить комплекс взаємодіючих елементів, науковий відбір і комбінація яких забезпечують появу нових і вдосконалення наявних елементів. Україна знаходиться перед об'єктивною необхідністю активізації створення конкурентоздатних господарських систем, модернізації і реконструкції діючих господарських структур, забезпечення диверсифікації капіталу підприємств у напрямі інноваційно орієнтованих структурних перетворень. Ефективним джерелом матеріального забезпечення та стимулом таких перетворень може стати інвестиційний ресурс. Аналіз зазначених трактувань дає можливість зробити висновок про те, що зміст поняття «інвестиційний ресурс» можна розкрити як сукупність фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни.*

*Для отримання належного ефекту в частині інноваційних перетворень доцільно створити інвестиційну платформу реалізації інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки, що являє собою сукупність елементів, яка здатна забезпечити самоорганізацію системи управління інноваційним розвитком економіки і за допомогою синергетичного ефекту забезпечує злагоджену роботу системи управління та модернізації економіки.*

*Ключові слова: інвестиційний ресурс; інвестиційний потенціал; інновація; інноватика; структурна трансформація економіки.*

SAKUN O.

Chernihiv National University of Technology

## THE INVESTMENT RESOURCE OF STRUCTURAL TRANSFORMATIONS TO ECONOMY

*Scientific researches, developments and innovations, become key elements on principle new socio-economic system – economy, based on knowledges (angl. of knowledge-based economy). On changing the economy of knowledges comes industrial. In this economy a decision resource is become by a not physical, but intellectual and human capital. For this reason the front-rank countries of the world in the development are oriented on new quality of basic resources and their possibility to the innovations. Realization of such innovative policy needs perfection of technological, of a particular branch and structural organization of national economy, activation of all aggregate, organizationally economic, financial and infrastructural factors of innovative activity. The problem of search of additional sourcings with a purpose activation of innovative development of economy acquires on condition of narrow-mindedness of state financial resources of the special actuality. One of the most widespread instruments of financing of innovative activity there is investing. Most authors are interpreted by the concept of investment resource from position of certain aggregate of resources, assets or facilities which exist at disposal of enterprise. In the context of national economy this term does not almost meet, and that is why expedient is to offer author interpretation of investment resource as aggregates of financial, material and technical, intellectual and informatively legal elements which a national economy has in the order and which are used for providing of investment development of country. Showing by itself the difficult dynamic system, an investment resource is contained by the complex of interactive elements, scientific selection and combination of which provide appearance of new and perfection of present elements. It became basis of selection in the structure of investment resource of internal, resource, and effective constituents. Offered definiciya will enable completer and more expressly to engulf essence and terms of realization of investment development in the context of structural modernization of economy of country. For the receipt of the proper effect in part of innovative transformations it is expedient to create the investment platform of realization of investment resource of structural modernization of economy, which shows by itself the aggregate of elements, which is able to provide samoorganizaciyu of control system by innovative development of economy and by a sinergistical effect provides the concerted work of control system and modernization of economy.*

*Key words: investment resource; investment potential; innovation; innovatik; structural transformation of economy.*

**Вступ.** Головною відмінною рисою сучасних структурних трансформацій економіки є перехід до постіндустріального суспільства. Для цього періоду характерне освоєння й поширення шостого технологічного укладу, який у другій половині ХХ ст. радикально змінив не лише характер виробництва, але й структуру суспільства.

Важливою особливістю цього процесу є те, що він відбувається в умовах глобалізації, формування єдиного (але диференційованого) глобального науково-технологічного, соціально-економічного й екологічного простору при поступовому зміщенні центру уваги в прийнятті радикальних технологічних і економічних рішень із національного на глобальний, наддержавний рівень.

Світовий досвід свідчить, що у сучасних умовах стійкий довгостроковий розвиток економіки залежить здебільшого не від ресурсних можливостей, які, зрештою, є обмеженими, а від інноваційної

активності суспільства та окремих його елементів. Завдяки інноваціям наука стала безпосередньою продуктивною силою, а знання у вигляді нематеріальних активів – основним капіталом економічного розвитку.

Наукові дослідження, розробки та інновації стають ключовими елементами принципово нової соціально-економічної системи – економіки, заснованої на знаннях (англ. knowledge-based economy). На зміну індустріальній приходить економіка знань. У цій економіці вирішальним ресурсом стає не фізичний, а інтелектуальний та людський капітал. Саме тому передові країни світу в своєму розвитку орієнтуються на нову якість основних ресурсів та їх спроможність до інновацій.

Реалізація такої інноваційної політики потребує вдосконалення технологічної, галузевої та структурної організації національної економіки, активізації всієї сукупності організаційно-економічних, фінансових та інфраструктурних чинників інноваційної діяльності.

За умови обмеженості державних фінансових ресурсів особливої актуальності набуває проблема пошуку додаткових джерел фінансування з метою активізації інноваційного розвитку економіки. Одним із найпоширеніших інструментів фінансування інноваційної діяльності є інвестування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання трактування інвестиційного ресурсу та його ролі у розвитку інноваційних процесів висвітлені в працях таких вітчизняних та закордонних вчених, як І.А. Бланк [1], М.І. Бондар [2], Ю.Н. Воробйов, О. Н. Воробйова [3], А.П. Дука [4], О.О. Клокар [5], І.М. Кобушко [6], Т.В. Майорова [7], А.В. Череп [8], Й. Шумпетер [9] та інші.

**Постановка завдання.** Сутність категорії “інвестиційний ресурс” досі не має єдиного загальноприйнятого визначення. Загально відомим є визначення поняття «інвестиційні ресурси». Також поза увагою науковців залишаються структура та специфічні ознаки інвестиційного ресурсу як джерела стимулювання інноваційних змін в економіці. Головною метою цієї статті є доведення важливої ролі інвестиційного ресурсу для інноваційних перетворень в економіці та її структурної модернізації.

Результати дослідження. Першим етапом аналізу економічної сутності категорії “інвестиційний ресурс” логічно здійснити дослідження поняття „інвестиція”. Не зважаючи на широкий спектр наукових досліджень, єдине однозначне трактування зазначеної категорії відсутнє. Велика кількість відмінностей та розбіжностей щодо ідентифікації цього поняття потребує уточнення.

Існує ряд думок, що розглядають інвестиції як довгострокове вкладення грошей з метою отримання більшої грошової винагороди в майбутньому. Такої точки зору дотримуються У. Шарп., Г. Александер та Дж. Бейлі. Вони вважають, що термін "інвестиція" означає «відмову від певної цінності зараз задля (можливо, непевно) цінності у майбутньому» [10]. Це, на наш погляд, також досить вузьке трактування даної економічної категорії, адже інвестування капіталу відбувається не тільки у формі грошових вкладень, а і відбуватись у вигляді надання рухомого та нерухомого майна у користування, а також носити форму нематеріальних активів [11].

Для вичерпного трактування сутності поняття «інвестиційний ресурс» доцільним є аналіз та узагальнення дефініційного визначення поняття інвестиційного ресурсу (табл.1.).

Таблиця 1

**Узагальнення трактування та визначення поняття інвестиційного ресурсу\***

Автор	Сутність поняття
Бланк І.А.	«інвестиційні ресурси підприємства — це всі форми капіталу, що залучаються підприємством для здійснення вкладень в об'єкти реального та фінансового інвестування»
Бондар М.І.	«... до інвестиційних ресурсів слід відносити економічні ресурси, що перебувають у будь-якій формі (матеріальній, нематеріальній, фінансовій) на правах користування інвестора, можуть бути індивідуалізовані і оцінені і вкладені за потреби в той чи інший інвестиційний об'єкт для досягнення мети інвестування»
Воробйов Ю.Н., Воробйова О.Н.	"інвестиційні ресурси підприємства формують всю сукупність економічних ресурсів, які використовує підприємство у своїй діяльності для досягнення основної мети інвестування"
Дука А.П.	«... під інвестиційними ресурсами розуміють усі види грошових та інших активів підприємства, які можуть бути використані для здійснення інвестиційної діяльності»
Клокар О.О.	«... сукупність фінансових, матеріальних і нематеріальних ресурсів, які використовуються інвестором для вкладення в інвестиційні об'єкти з метою одержання прибутку»
Кобушко І.М.	«... фінансові (вкладення, кредити, бюджетні та позабюджетні кошти) та/або матеріальні і матеріально-речові (капітальне майно, ноу-хау, патенти, права, ліцензії, нерухомість та ін.) ресурси»
Майорова Т. В.	«Під інвестиційними ресурсами, ми вважаємо фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси, що залучаються для здійснення вкладень в об'єкти інвестування»
Череп А.В.	«... грошові засоби, виражені в грошовому еквіваленті інші інвестиції, в тому числі основні і нематеріальні активи, кредити, займи, права землекористування і т.п.»

\*Джерело: систематизовано автором за даними [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8]

Як видно з таблиці 1, більшість авторів трактує поняття інвестиційного ресурсу з позиції певної сукупності ресурсів, активів або засобів, що існують у розпорядженні підприємства. В контексті національної економіки цей термін майже не зустрічається, а тому доцільним є запропонувати авторське тлумачення інвестиційного ресурсу як сукупності фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни. Являючи собою складну динамічну

систему, інвестиційний ресурс містить комплекс взаємодіючих елементів, науковий відбір і комбінація яких забезпечують появу нових і вдосконалення наявних елементів. Це стало основою виокремлення у структурі інвестиційного ресурсу внутрішньої, ресурсної, та результативної складових (рис.1). Запропонована дефініція дасть змогу повніше і чіткіше охоплювати сутність і умови реалізації інвестиційного розвитку в контексті структурної модернізації економіки країни.



Рис.1. Структура інвестиційного ресурсу\*

\*Джерело: розроблено автором

Зазначена структура дає вичерпний опис не лише з точки зору побудови та складу елементів, а і функціонального призначення та особливих ознак інвестиційного ресурсу. Визначення ключових елементів та характеру їх взаємодії надає можливість ідентифікації якісних характеристик інвестиційного ресурсу за допомогою виокремлення таких класифікаційних ознак, як: сфера походження фінансових ресурсів, ступінь реалізації, ступінь прогнозованості, ступінь керованості, ступінь впливу вплив на структурні зрушення в економіці, локалізація структурних змін, тривалість дії, характер і обсяг очікуваних прибутків.

Це дало змогу виокремити загальні та специфічні ознаки інвестиційного ресурсу, зокрема визначено дві авторські специфічні ознаки інвестиційного ресурсу: структурно змінність та модернізаційно-утворюючий характер.

Структурно змінність характеризує інвестиційний ресурс як джерело стимулювання і здійснення прогресивних структурних змін, які торкаються найважливіших макроекономічних пропорцій.

Оскільки інвестиційний ресурс виступає матеріальною основою сприяння модернізаційних та структурних зрушень в економіці, то логічним є твердження про модернізаційно-утворюючий характер (табл. 2).

Спираючись на визначення специфічних ознак, логічним вважати твердження про відповідну роль інвестиційного ресурсу для структурної модернізації економіки. Під структурною модернізацією економіки розуміємо структурне вдосконалення національної економіки з метою нарощування обсягів суспільного виробництва, підвищення національної конкурентоспроможності. Саме це визначає роль і місце інвестиційного ресурсу в управлінні інноваційним розвитком економіки в контексті інноватики.

Термін «інновація» походить від латинського слова «innovatio», що означає «відновлення, оновлення, новація». Вперше він з'явився у наукових дослідженнях культурологів у XIX ст. і означав буквально введення деяких елементів однієї культури до іншої, а також копіювання досвіду, традицій. Для характеристики ж явищ, пов'язаних з появою та впровадженням чогось нового та відповідними змінами виробничо-технічного характеру у той час користувалися термінами «нововведення» та «технічний прогрес». Важливі думки та висновки стосовно їх ролі в економічному розвитку суспільства ще раніше висловлювалися вченими різних наукових шкіл – фізіократами, представниками класичної політичної економії, марксизму, які обґрунтували вплив технічного прогресу на продуктивність праці, ресурсозбереження, розширене відтворення, структуру капіталу, рівень безробіття тощо.

В економічну теорію термін «інновація» ввів відомий австрійський економіст Йозеф Шумпетер, який у 1911 році у роботі «Теорія економічного розвитку» охарактеризував дві сторони господарського життя: рутинний кругообіг і нові комбінації. Рутинний кругообіг пов'язаний з постійним повторенням та поновленням виробництва у старих формах. Нові комбінації, у розумінні Й. Шумпетера, означають розвиток – для виробництва чогось нового необхідно принципово нове поєднання ресурсів та підприємницького таланту, що, зрештою, і створює інновацію [9].



Таблиця 2

## Загальні та специфічні ознаки інвестиційного ресурсу\*

Ознака	Сутність
<b>Загальні ознаки інвестиційного ресурсу</b>	
Цільовий характер	завжди має чітке обґрунтоване цільове спрямування та призначення;
Строковість	період використання інвестиційного ресурсу обмежений часовими рамками;
Матеріальна складова	може мати матеріальну або інтелектуальну форму (торгова марка, ноу-хау, винаходи, розробки, інвестиційні проекти та ін.);
Обмежений кількісний характер	як і будь-який інший ресурс є вичерпним, тобто є обмеженим в кількості;
Вартісне вираження	є цінністю, вартість яких може бути виражена в грошовому еквіваленті;
Наявність ризику	наявність ризику вкладення капіталу, оскільки досягнення кінцевих результатів інвестування має ймовірнісний характер;
Підвищення конкурентоспроможності економіки	забезпечує економічне зростання та якісне оновлення основних фондів на принципово новій, конкурентоспроможній основі як на рівні окремого підприємства, так і національної економіки загалом.
<b>Специфічні ознаки інвестиційного ресурсу</b>	
Спрямованість на відтворення	об'єктами інвестиційних вкладень є об'єкти господарської діяльності або інших сфер суспільного життя, а основною метою такого залучення інвестицій є покращення роботи цього суб'єкта господарювання;
Здатність утворювати додаткову вартість	потенційна здатність приносити прибуток як власнику інвестицій, так і власнику об'єкта інвестування;
Трансформаційна здатність	здатність трансформуватись в різні види активів і економічні, соціальні та екологічні ефекти;
Ресурсоутворююча здатність	формування у вигляді різних ресурсів, за рахунок різних джерел, які також мають відмінності у попиту, пропозиціях та ціні;
Сприяння інноваційному розвитку	реалізуються досягнення науково-технічного прогресу і підвищення на цій основі ефективності виробництва і на мікрорівні, і на макрорівні;
Взаємозв'язок з результатами економічної та господарської діяльності	взаємозв'язок із активами, прибутком і соціальними, екологічними та іншими позитивними результатами економічної та господарської діяльності;
Потенційна здатність забезпечувати економічне зростання та розвиток	здатність забезпечувати економічне зростання та розвиток національної економіки навіть за умов кризи за рахунок трансформаційної здатності та утворення додаткової вартості;
<b>Специфічні ознаки інвестиційного ресурсу, визначені автором</b>	
Структурозмінність	є джерелом стимулювання і здійснення прогресивних структурних змін, які торкаються найважливіших макроекономічних пропорцій;
Модернізаційно-утворюючий характер	виступає матеріальною основою сприяння модернізації них та структурних зрушень в економіці.

\*Джерело: складено автором

Й. Шумпетер трактує інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, мотивовану підприємницьким духом. Найважливішими, на його думку, є впровадження нового продукту і нових методів виробництва, масова поява яких свідчить про початок фази піднесення економіки, її виходу з кризи та депресії. Вчений доводить, що інноваційну діяльність слід розглядати тільки за умов циклічності й динамічної конкуренції старих товарів і технологій з новими, які приходять їм на зміну, і визнає оновлення, що постійно повторюється, стимулом прогресу, дорогою від застарілого до сучасного [9].

Проблема інновацій та всіх дотичних до цього поняття категорій стала однією з найактуальніших у сучасній науковій економічній літературі. Адже давно стало зрозуміло, що досягнення високих рівнів соціально-економічного суспільного розвитку можливе лише на основі інновацій – кардинально нових підходів до організації та управління виробництвом.

Ідеальною моделлю ефективного розвитку національної економіки є безперервне зростання виробництва благ та послуг, яке дозволяло б у максимально можливих межах задовольняти усезростаючі потреби членів суспільства. А це у свою чергу передбачає необхідність забезпечення стійких темпів економічного зростання за умов повного використання обмежених виробничих ресурсів суспільства, насамперед трудових, стабільності цін та стійкого становища національної економіки на світовому ринку. Саме на в даному контексті набуває ключового значення роль інвестиційного ресурсу в інноватиці (рис.2).

Вплив на інноваційний розвиток економіки відбувається за рахунок ефекту синергії і, як наслідок, системно-синергетичної взаємодії. Синергетика – це, по суті, нова концепція, заснована на властивості самоорганізації нелінійних динамічних систем різної природи. Синергетичні системи будь-якої природи володіють наступними двома фундаментальними властивостями: 1) обов'язково обмінюються із зовнішнім середовищем інформацією, енергією та речовиною і 2) між елементами (компонентами) системи обов'язково узгоджене взаємодія, тобто є когерентність (узгодженість) поведінки між елементами системи [12].

Під інноватикою слід розуміти междисциплінарний науковий напрям, що займається розвитком наукових основ інноваційно-інвестиційної методології стосовно до систем різного типу, плануванням та організацією побудови проектів і забезпечує інтеграцію знань, що формують інноваційну діяльність керованих систем з метою підвищення їх соціально-економічної ефективності. Інноватика та інноваційно-інвестиційна діяльність керованих об'єктів орієнтовані на кінцевий результат, ринок і споживача. Відповідно до цього необхідно приділяти увагу методам та інструментам розробки та обґрунтування

векторних критеріїв оптимальних інноваційних організаційно-технологічних систем, що функціонують в умовах конкуренції, протиріч і невизначеності ринкової сфери.

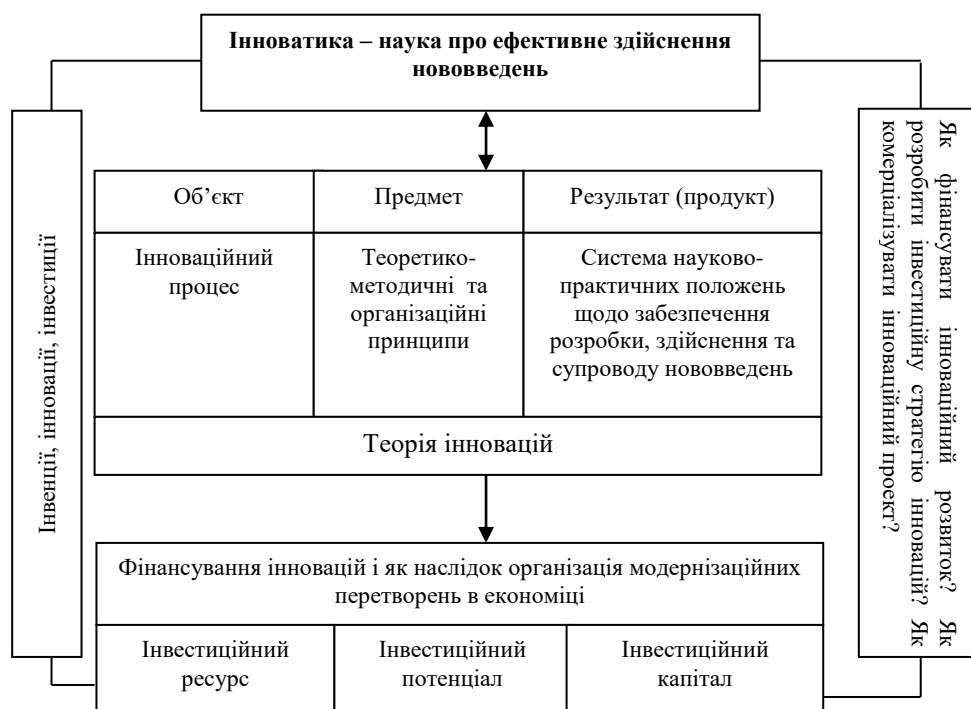


Рис.2. Місце інвестиційного ресурсу в інновації\*

\*Джерело: складено автором

Інвестиційний потенціал є максимально можливою здатністю залучати у виробництво і ефективно використовувати інвестиційні ресурси для здійснення реальних і фінансових інвестицій, які матеріалізуються у новостворюваних факторах суспільного виробництва та суспільній інфраструктурі. Формування інвестиційного потенціалу потребує перегляду підходів до управління та прийняття управлінських рішень. Основою прийняття рішень повинні стати всебічний аналіз конкретної економічної ситуації та орієнтація на перспективу, тобто прогнозування та розробка певної інвестиційної стратегії, як складової інвестиційної політики.

Інвестиційний капітал має декілька дефініцій: по-перше, інвестиційний капітал – це створений грошовий капітал, який є в розпорядженні суб'єктів ринку, і який у процесі інвестування набуває форми позичкового капіталу; друге визначення інвестиційного капіталу розкриває його як грошовий вираз вартості цінних паперів, які дають право власності на реальний капітал; третє визначення трактує інвестиційний капітал як кошти, вкладені на тривалий строк у виробництво товарів, робіт або послуг для одержання прибутку [13].

Капітал має три важливі властивості: він мобільний, вразливий і плинний, а тому винятково розбірливий і селективний. Він направляє туди, де уряди стабільні, інвестиційний клімат сприятливий і є певні можливості одержати прибуток. Через мобільність і вразливість капітал мігрує між регіонами і країнами залежно від змін у податковій, валютній, торговій політиці та інших елементів середовища його перебування. Капітал плинний у світовому масштабі й не може бути примножений за рішенням того чи іншого уряду. Він скрізь має високий попит. Достатня пропозиція капіталу — запорука ефективного інноваційного розвитку національної економіки і важливе завдання для країни [14].

Система управління інноваційним розвитком економіки передбачає наступні складові:

- методи та інструменти стратегічного аналізу в частині визначених тенденцій інноваційного розвитку під впливом інвестиційного ресурсу;
- інвестиційний механізм реалізації інноваційної політики на шляху модернізації економіки;
- підходи до оцінки синергетичного ефекту впливу інвестиційного ресурсу на інноваційний розвиток економіки;
- взаємодія інвестиційного ресурсу та інститутів управління інвестиційного розвитку.

Важливу роль у системі управління інноваційним розвитком відіграє встановлення взаємоузгодженої дії інститутів державного управління та інвестиційного ресурсу. Найбільший ефект такої взаємодії буде досягнутий за умови створення інвестиційної платформи реалізації нових інноваційних технологій для модернізації національної економіки. Функціонування інвестиційної платформи має реалізуватись через окремі підсистеми (рис.3).

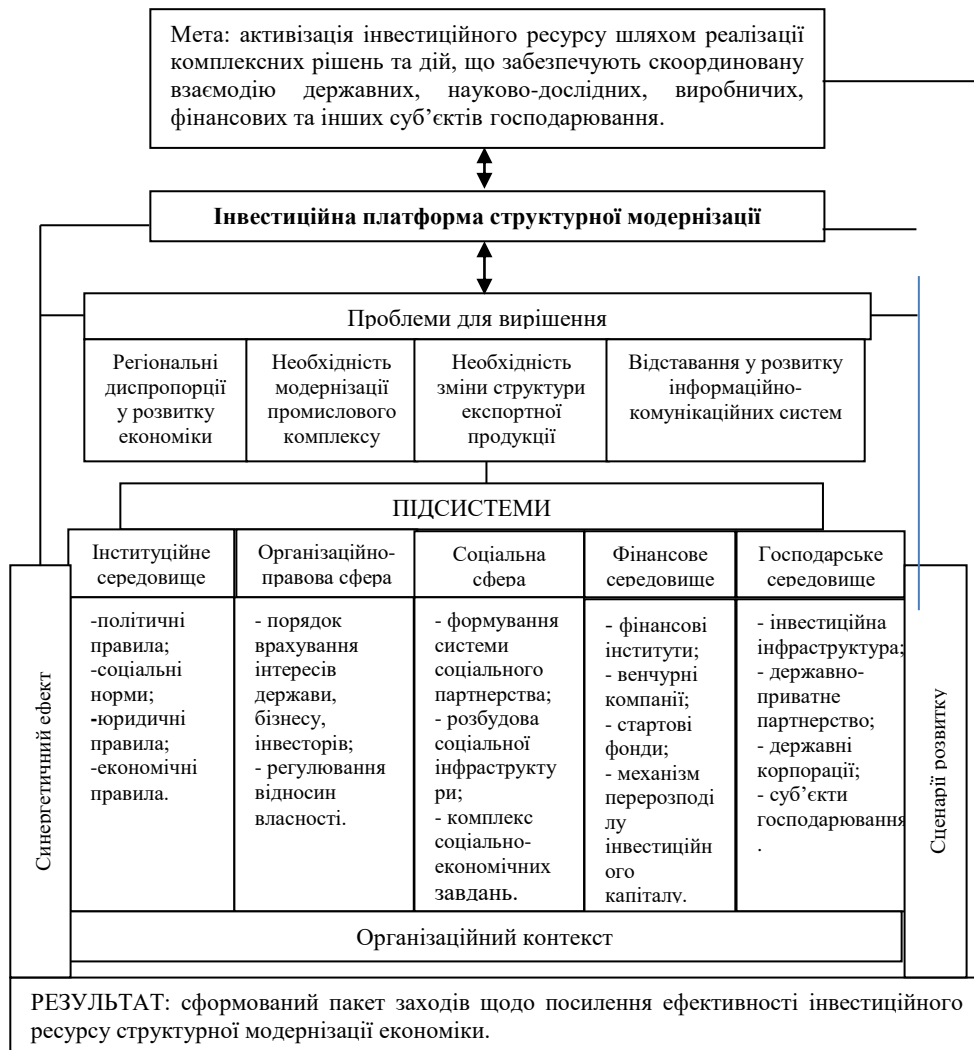


Рис. 3. Модель інвестиційної платформи реалізації інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки\*

\*Джерело: розроблено автором

Підсистема інституційного середовища передбачає сукупність основоположних політичних, соціальних, юридичних і економічних правил, що визначають рамки поведінки суб'єктів інвестиційного процесу та утворюють базис та умови для інноваційного розвитку національної економіки.

Організаційно-правову сферу інвестиційної платформи інноваційного розвитку економіки можна охарактеризувати як систему методів і правил правового характеру та заснованих на них механізмах та процесах інноваційно-інвестиційного характеру в контексті розвитку національної економіки.

Соціальна сфера інвестиційної платформи несе в собі комплекс соціально-економічних завдань, пов'язаних із досягненням стабільності функціонування, економічного зростання, високого рівня конкурентоспроможності об'єктів соціальної сфери як важливої умови інноваційного розвитку економіки.

Фінансове середовище являє собою набір фінансових інститутів банківської та парабанківської систем, а також механізм їх взаємодії в процесі перерозподілу тимчасово вільних грошових коштів у вигляді інвестиційного капіталу.

Господарське середовище містить систему взаємодії суб'єктів господарювання, що є учасниками інвестиційного процесу, спрямованого на інноваційний розвиток національної економіки.

Отже, спираючись на системно-синергетичний підхід, інвестиційну платформу можна визначити як динамічну систему, що розвивається в часовому просторі.

**Висновки.** Україна знаходиться перед об'єктивною необхідністю активізації створення конкурентоздатних господарських систем, модернізації і реконструкції діючих господарських структур, забезпечення диверсифікації капіталу підприємств у напрямі інноваційно орієнтованих структурних перетворень. Ефективним джерелом матеріального забезпечення та стимулом таких перетворень може стати інвестиційний ресурс.

Аналіз зазначених трактувань дає можливість зробити висновок про те, що зміст поняття «інвестиційний ресурс» можна розкрити як сукупність фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних та інформаційно-правових елементів, котрі має в своєму розпорядженні національна економіка і які використовуються для забезпечення інвестиційного розвитку країни.

Для отримання належного ефекту в частині інноваційних перетворень доцільно створити

інвестиційну платформу реалізації інвестиційного ресурсу структурної модернізації економіки, що являє собою сукупність елементів, яка здатна забезпечити самоорганізацію системи управління інноваційним розвитком економіки і за допомогою синергетичного ефекту забезпечує злагоджену роботу системи управління та модернізації економіки.

### Література

1. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент: початковий курс. 2/е вид., перероб. і доп. К.: Ельга, Ника-Центр, 2006. 552 с.
2. Бондар М.І. Інвестиції та джерела фінансування інвестиційних ресурсів в обліку. Фінанси, облік і аудит. 2010. № 15. С. 220-227.
3. Воробйов Ю.Н. Інвестування: навч. пос. для вузів. Сімферополь: Таврія, 2004. 340 с.
4. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навч. посіб. К. : Каравела, 2007. 424 с.
5. Клокар О.О. Формування інвестиційних ресурсів агропромислового виробництва. Економіка АПК. 2012. № 10. С. 90-95.
6. Кобушко І.М. Стратегія розвитку інвестиційного ринку: теоретичні засади та вітчизняні реалії : монографія. Суми : Сумський державний університет, 2012. 517 с.
7. Майорова Т. В. Формування інвестиційних ресурсів в Україні. Фінанси, облік і аудит. 2010. №15. С.122-132.
8. Череп А.В. Инвестознaвствo : пiдручник. К. : Кондор, 2006. 398 с.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития, исследования предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
10. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции / пер. с англ. Буренина А. Н., Васина А. А. М.: ИНФРА-М, 2001. 1028 с.
11. Шаповалова Т.Ю., Фесенко Н.В. Аналіз сутності деяких категорій інвестиційної діяльності. Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. 2011. № 26. С. 156-164.
12. Прангишвили И.В. Системный подход и общесистемные закономерности. Серия "Системы и проблемы управления". М.: СИНТЕГ, 2000, 528 с.
13. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
14. Страховий та інвестиційний менеджмент: Підручник під керівн. і наук. ред. В. Г. Федоренка, В. Б. Захожая та ін. К.: МАУП. 2002. 344 с.

### References

1. Blank, I.A. (2006). Investytsiynyi menedzhment: nachalniy kurs [Investment management: initial course]. 2/e vyd., pererob. i dop. K.: Elha, Nyka-Tsentr. 552 s. [in Ukrainian].
2. Bondar, M.I. (2010). Investytsii ta dzherala finansuvannya investytsiinykh resursiv v obliku [Investments and sourcings investment resources are in an account]. Finansy, oblik i audyt – Finances, account and audit, 15, 220-227 [in Ukrainian].
3. Vorobiov, Yu.N. (2004). Investuvannya: navch. pos. dlia vuziv [Investing: train aid for the institutes] Simferopol: Tavriia [in Ukrainian].
4. Duka, A. P. (2007). Teoriia ta praktyka investytsiinoi diialnosti. Investuvannya: navch. posib [Theory and practice of investment activity. Investing: train aid], K.: Karavela, [in Ukrainian].
5. Klokar, O.O. (2012). Formuvannya investytsiinykh resursiv ahropromyslovoho vyrobnytstva [Forming of investment resources of agroindustrial production]. Ekonomika APK – Economy of agroindustrial complex, 10, 90-95 [in Ukrainian].
6. Kobushko, I.M. (2012). Stratehiia rozvytku investytsiinoho rynku: teoretychni zasady ta vitchyzniani realii: monohrafiia [Strategy of investment market development: theoretical principles and domestic realities: monograph]. Sumy: Sumskyi derzhavnyi universytet [in Ukrainian].
7. Maiorova, T. V. (2010). Formuvannya investytsiinykh resursiv v Ukraini [Forming of investment resources is in Ukraine]. Finansy, oblik i audyt – Finances, account and audit, 15, 122-132 [in Ukrainian].
8. Cherep, A.V. (2012). Investoznavstvo: pidruchnyk [Investment: textbook]. K. : Kondor [in Ukrainian].
9. Shumpeter, J. (1982). Teorija jekonomicheskogo rozvittija, issledovanija predprinimatel'skoj prybyli, kapitala i cikla kon#junktury [Theory of economic development, researches of enterprise income, capital and cycle of the state of affairs]. M.: Progress [in Russian].
10. Sharpe, W., Alexander, G., Bailey, J. (2001). Ynvestytsyy [Investments]. M.: YNFRA-M [in Russian].
11. Shapovalova, T.Iu., Fesenko, N.V. (2011). Analiz sutnosti deiakykh katehorii investytsiinoi diialnosti [Analysis of essence of some categories of investment activity]. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu „Kharkivskiyi politekhnichnyi instytut”. Tematychnyi vypusk: Tekhnichnyi prohres i efektyvnist vyrobnytstva, 26, 156-164. [in Ukrainian].
12. Prangishvili, I.V. (2000). Sistemnyj podhod i obshhesistemnye zakonornosti. Serija "Sistemy i problemy upravlenija" [Approach of the systems and general system conformities to law. Series of "System and management problem"] M.: SINTEG [in Russian].
13. Pro investytsiinu diialnist [About investment activity]. № 1560-XII (September 18, 1991). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
14. Strakhovyi ta investytsiynyi menedzhment [Insurance and investment management]. Pidruchnyk pid kerivn. i nauk. red. V. H. Fedorenka, V. B. Zakhozhaia ta in. K.: MAUP. 2002.

Рецензія/Peer review : 11.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 330.14:330.341.1:330837

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-189-196

ПАЛЬЧЕВИЧ Г. Т., КОЗИНЕЦЬ Г. О.

Центральноукраїнський національний технічний університет, м.Кропивницький

## ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

*У статті розглянуто особливості формування та розвитку людського капіталу в умовах формування інноваційної моделі економіки. Доведено тісний зв'язок відтворення людського капіталу з розвитком сфер освіти і охорони здоров'я. Виділено пріоритетні напрями державної освітньої політики стосовно покращення якісних характеристик людського капіталу. Визначено роль інтеграції сфери вищої освіти, науково-дослідної та інноваційної діяльності у розвитку людського капіталу як складової інтелектуального капіталу держави. Охарактеризовано новітні тенденції у сфері зайнятості населення. Окреслено шляхи реорганізації сфери охорони здоров'я, зокрема, її фінансового забезпечення.*

*Ключові слова: людський капітал, інтелектуальний капітал, інноваційна економіка, індекс людського розвитку, економіка знань, інформаційні технології, державна освітня політика, зайнятість населення.*

PALCHEVICH G., KOZYNETS G.

Central Ukrainian National Technical University, Kropivnitskiy

## TRANSFORMATIONS OF HUMAN CAPITAL IN THE CONTEXT OF DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL IN INNOVATIONAL ECONOMY

*The high level of development of human capital is the guarantee of economical stability, the state ability to compete on the world market, the active movement of innovational and scientific and technical progress and incontestable condition of social and economic wealth of society. The aim of the article is the survey of the development of human capital as the basic structural component of intellectual capital in the conditions of formation the model of innovational economy. The development of human capital mostly depends upon the success of reforming educational and health protection spheres. The prior role among the key directions of state educational policy plays the guarantee of development of scientific and innovational activity in education, maintenance of its information theory, the improvement of librarian and information resource security of education and science. The realization of these directions is an important step towards the formation of information state capital and creation of valuable conditions for innovational and scientific and technical activity as ways of intellectualization of human work. The activity of investing process into innovational and scientific activity provides real possibilities for effective formation of human capital. Gradual intensification of integration of high educational sphere, scientific researching and innovational activity is absolutely expected, looking forward to acceleration of global process and increasing intellectual capital role in the economical development of any country. Because of it the role of educational establishments and scientific offices in economy is changed. The urgent task of all educational and scientific systems of many countries is to provide the approach of all tops of the "knowledge triangle" such as higher education, scientific researches and economical and social important innovations. Reorganization of the system of the branch budget finance, the balance of uniting budget and outer budget sources of including money with the certain decentralization of the branch finance for the benefit of the regional medical programs, and also widening the rights of the regional, local authorities and working organizations in the increasing and using the resources of health protection must be provided with the aim of improving the situation in the sphere of health protection in Ukraine.*

*Key words: human capital, intellectual capital, innovational economy, index of human development, the economy of knowledge, informational technologies, state educational policy, population occupation.*

**Постановка проблеми.** Успішний розвиток будь-якої країни в умовах економіки знань обумовлюється впливом різноманітних факторів, серед яких пріоритетне значення мають темпи накопичення та розвитку людського капіталу. Високий рівень розвитку людського капіталу є запорукою економічної стабільності, конкурентоспроможності держави на світовому ринку, рушійною силою інноваційного та науково-технічного прогресу та беззаперечною умовою соціально-економічного добробуту суспільства. Успішною може стати лише та держава, яка створює підґрунтя для розвитку особистого потенціалу людини та сприяє її продуктивній творчій діяльності. На сьогодні людський капітал – це не лише запорука конкурентоспроможності держави, а, перш за все, фундамент для формування та розвитку інтелектуального капіталу суспільства, адже людина є не лише носієм знань, а й сама їх створює. Складова інтелектуального капіталу, виражена у знаннях, навичках, компетенціях, здібностях людини до інноваційної та науково-технічної діяльності, є найважливішим стратегічним ресурсом економіки знань і головним джерелом накопичення національного багатства нашої країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням формування та розвитку людського капіталу присвячено чимало праць відомих зарубіжних та вітчизняних учених, а саме: Г. Азоева, Г. Беккера, С. Боуле, Ф. Вірсема, Л. Вальраса, В. Галушко, О. Грішнєвої, О. Гудзинського, Е. Денісона, Й. Завадського, Р. Кантера, Дж. Кендріка, О. Кендюхова, А. Колота, І. Ліфіца, В. Петі, М. Портера, П. Саблука, Ж.-Б. Сея, Г. Сіджвіка, Г. Скударя, А. Сміта, С. Струмиліна, Ф. Тейлора, М. Трейсі, Р. Фатхутдінова, Т. Шульца, А. Юданова та ін. Їх наукові розробки містять серйозні напрацювання стосовно теорії людського капіталу, визначення його якісних характеристик та методів інвестування в його ефективний розвиток. Разом з тим,

потребують додаткового розгляду питання особливостей відтворення людського капіталу у структурі інтелектуального капіталу в умовах інноваційних змін в економічному розвитку.

**Метою статті** є дослідження розвитку людського капіталу як базової структурної компоненти інтелектуального капіталу в умовах формування моделі інноваційної економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Процес розбудови інноваційної економіки в Україні тісно взаємопов'язаний з розвитком людського капіталу. Розвиток людського капіталу – це мобілізація державних та приватних ресурсів - від виховання у сім'ї до навчання протягом усього життя [1].

З переходом від класичної теорії економічного розвитку до концепції людського розвитку відбулося переосмислення ролі людини в економіці та економічному розвитку. Якщо раніше рівень економічного розвитку країни визначався за обсягами ВВП у розрахунку на душу населення, то тепер, окрім цього показника, вчені, серед яких пакистанський економіст Махбуб уль-Хак, запропонували оцінювати суспільний розвиток, враховуючи також досягнення у сферах освіти та охорони здоров'я, а основним інструментом концепції людського розвитку став Індекс людського розвитку (ІЛР). Це сукупний показник розвитку людини в тій чи іншій країні, за значенням якого визначається місце останньої у світовому рейтингу соціально-економічного розвитку. Згідно методики, розробленої ООН, визначення ІЛР передбачає розрахунок трьох показників, серед яких:

- індекс очікуваної тривалості життя: здоров'я та довголіття, що вимірюється показником середньої очікуваної тривалості життя при народженні;
- індекс освіти: доступ до знань, що вимірюється середньою очікуваною тривалістю навчання дітей шкільного віку та середньою тривалістю навчання дорослого населення;
- індекс валового національного доходу: гідний рівень життя, що вимірюється величиною ВВП на душу населення в долларах США по паритету купівельної спроможності.

У 2010 р. у додаток до вже існуючого ІЛР з метою врахування впливу на людський розвиток внутрішніх нерівностей в межах країни було введено три нових індикатори: ІЛР, скорегований з урахуванням соціально-економічної нерівності, Індекс гендерної нерівності та Індекс багатомірної бідності.

У 2017 році значення ІЛК в Україні склало 0,751. Середнє значення цього показника у країнах Європи та Центральної Азії у цей період склало 0,771.

Безумовно, розвиток людського капіталу найбільшою мірою залежить від розвитку сфер освіти та охорони здоров'я.

Нещодавно у світі сформувалася Азіатсько-тихоокеанська група країн (Республіка Корея, Тайвань, Сінгапур, Гонконг, Малайзія, Таїланд, Філіппіни, Індонезія), яким вдалося за короткий проміжок часу створити «економічне диво», що в значній мірі було обумовлено проведенням активної освітньої політики та реалізацією стратегії підвищених вимог до якості освіти та підготовки кадрів [2].

За спостереженнями Організації економічної співпраці і розвитку (ОЕСР) освіта здійснює зовнішній позитивний вплив на людський капітал та економіку країни в цілому. Так, на індивідуальному економічному рівні освіта підвищує особисту продуктивність праці людини, формує її конкурентоспроможність та здатність до самореалізації, створює можливості успішного працевлаштування та отримання гідної заробітної плати. У межах макроекономічного рівня простежується зв'язок між загальним рівнем освіти населення та прискоренням темпів росту економіки протягом тривалого періоду, а також створенням сприятливих умов для сталого людського розвитку.

З початком ери «економіки знань» стало зрозумілим, що для того, щоб країна процвітала та була успішною, необхідно визначати основні стратегічні пріоритети економічного розвитку згідно викликів сучасності. Так, країнами ЄС було розроблено «Лісабонську стратегію» та стратегію «Європа 2020», які в повній мірі визначають сучасні завдання у сфері освіти та спрямовані на розвиток економіки знань, заохочення досліджень, удосконалення політики у сфері освіти, розвиток інформаційних технологій та створення сприятливого інноваційного клімату. Сьогодні пріоритетним завданням для України є повноправне членство у ЄС, що накладає відбиток і на національну політику держави.

Відповідно до Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. найважливішим для держави є виховання людини інноваційного типу мислення та культури, проектування акмеологічного освітнього простору з урахуванням інноваційного розвитку освіти, запитів особистості, потреб суспільства і держави. Стратегічною метою держави визначено підвищення доступності якісної, конкурентоспроможної освіти для громадян відповідно до вимог інноваційного сталого розвитку суспільства, економіки, та забезпечення особистісного розвитку людини згідно з її індивідуальними задатками, здібностями, потребами на основі навчання упродовж життя [3].

Пріоритетні напрями державної освітньої політики пов'язані із забезпеченням розвитку наукової та інноваційної діяльності в освіті, підвищенням якості освітніх послуг, сприянням інформатизації освіти, удосконаленню інформаційно-ресурсного забезпечення освіти і науки. Реалізація цих напрямів є важливим кроком до формування інформаційного капіталу держави та створення сприятливих умов для інноваційної та науково-технічної діяльності як чинників інтелектуалізації людської праці.

Розвиток економіки знань потребує якісно нових підходів до фінансування освітньої сфери. Вирішення цього питання можливе шляхом запровадження прозорих фінансово-економічних механізмів

цільового накопичення та адресного використання коштів, необхідних для реалізації в повному обсязі конституційних прав громадян на освіту

Щоб забезпечити належну якість освітніх послуг та можливості рівного доступу населення до неперервної освіти протягом усього життя, розвиток освітніх інвестицій має ґрунтуватися не на простому нарощуванні обсягів загальних витрат, а, перш за все, на підвищенні їх ефективності. Система освіти в Україні повинна бути орієнтована насамперед на потреби особистості і запити роботодавця. Врахування реальних потреб споживачів освітніх послуг допоможе створити підґрунтя для залучення в систему освіти додаткових фінансових ресурсів, які складаються як із коштів підприємств-замовників, так і з особистих та запозичених в банках коштів студентів та домогосподарств.

Значні фінансові витрати на дошкільну, початкову та середню освіту пояснюються тим, що саме на цих освітніх рівнях формується інтелектуальна складова людського капіталу, поліпшується якість, підвищується рівень і запас знань людини, створюється база для подальшого розвитку та збагачення людського капіталу держави.

Інвестиції у професійно-технічну освіту є запорукою виховання висококваліфікованих робітників та спеціалістів, високопродуктивна праця яких у майбутньому матиме найбільш відчутний вплив на темпи економічного зростання України. Незважаючи на це, питома вага витрат на фінансування професійно-технічної освіти в Україні є найменшою. Обсяги фінансування професійно-технічної освіти скорочуються у зв'язку зі зміною форм власності підприємств та розпадом планової економіки. За радянських часів до 40–50% фінансування професійно-технічних училищ здійснювалося базовими підприємствами, галузевими міністерствами та відомствами. На сьогодні в Україні в результаті того, що практично вся діяльність закладів професійно-технічної освіти фінансується з державного бюджету, грошей хронічно не вистачає й ефективність такої освіти невпинно знижується.

Сьогодні багато українських спеціалістів, у тому числі й науковців, приносять прибуток іноземним компаніям, навіть не виїжджаючи за межі країни. Нова форма «інтелектуальної міграції» проявляється у наданні грантів на виконання певних наукових робіт для зарубіжних замовників. При цьому інтелектуальна власність, яка виникає у процесі розробок, належить іноземним компаніям. Таким чином, на міжнародному ринку інтелектуальної праці Україна є донором і фактично бере участь у підвищенні конкурентоспроможності національних економік розвинутих країн, що негативно впливає на її власний рівень соціально-економічного розвитку [4].

Мінімізація інтелектуальних витрат економічного потенціалу країни потребує адекватного реагування з боку держави шляхом розроблення заходів державної політики у сфері соціально-економічного розвитку і національної безпеки. Кінцевою метою має стати не припинення «інтелектуальної міграції», що в умовах глобалізації неможливо, а перетворення незворотної еміграції у тимчасову. Взагалі, державна політика у науковій сфері має бути спрямована на розвиток та ефективне використання інтелектуального потенціалу, більш активне залучення молодого покоління до наукової діяльності.

Після здобуття освіти, зокрема вищої, невід'ємним етапом подальшої реалізації людського капіталу є успішне працевлаштування фахівців. Саме на роботі людина отримує змогу використати свої професійні знання, навички та ідеї у процесі створення інтелектуального продукту.

Новітні тенденції у сфері зайнятості населення, зокрема, ті, що стосуються поширення нетрадиційних її форм, спричиняють відчутний вплив на формування та розвиток людського капіталу. На сьогодні сфера зайнятості населення в Україні характеризується поступовим скороченням обсягів стандартної зайнятості та поширенням нестандартних, гнучких форм зайнятості. Такі зміни у сфері зайнятості науковці пояснюють, насамперед, економічними причинами, серед яких виділяють кризовий стан економіки, посилення зовнішньої заборгованості, незначні обсяги інвестицій тощо.

До нестандартних форм зайнятості належать: повна зайнятість за умов гнучких форм організації робочого часу; неповна зайнятість, тобто режими зайнятості неповний робочий час; тимчасові працівники; зайняті на засадах вторинної зайнятості; зайнятість на основі договорів цивільно-правового характеру; надомна праця; праця за викликом; дистанційна зайнятість; позикова праця; неформальна зайнятість; незареєстрована зайнятість у неформальному секторі.

Найбільш розповсюдженими формами нестандартної зайнятості в Україні є запозичена праця, насамперед такі її форми, як аутсорсинг, аутстафінг та лізинг персоналу, а також гнучка зайнятість. Так, аутсорсинг являє собою передачу окремих бізнес-процесів або частини непрофільних функцій підприємства на обслуговування протягом визначеного періоду зовнішній компанії (аутсорсеру), що спеціалізується у відповідній галузі. В Україні ринок аутсорсингових послуг розвивається досить швидко, за різними експертними оцінками щороку його зростання коливається в межах 10–25%. [5].

Дослідження, проведене кадровим холдингом АНКОР в Україні на тему «Еволюція аутсорсингу. Аналіз попиту та оцінка якості послуг» серед керівників різного рівня іноземних та українських компаній, що здійснюють свою діяльність на території України, виявило, що в Україні підприємства передають на аутсорсинг насамперед ІТ-послуги, логістику, ресурсне забезпечення виробничих процесів, маркетингові послуги, рекрутмент, бухгалтерський облік, розрахунок заробітних плат, обробку й систематизацію інформації, облік кадрів і кадровий супровід, адміністративні функції, а також практикується аутсорсинг

медичних представників [6].

А найактивнішими у залученні персоналу на засадах аутсорсингу є інформаційно-технічна сфера та сфери надання бухгалтерських та юридичних послуг

У світовому рейтингу виробників програмного забезпечення Україна займає 15-те місце. У країні налічується біля тисячі компаній, що займаються розробкою програмного забезпечення: у галузі зайнято близько 25-30 тисяч українських фахівців. За словами президента Альянсу компаній-розробників програмного забезпечення, «річна частка України у світовому аутсорсингу складає приблизно \$600 млн» [7].

У найзагальнішому трактуванні лізинг персоналу – це управлінська технологія, за допомогою якої відбувається надання компанією-лізингодавцем необхідного персоналу компанії-користувачеві на певний період. В Україні лізинг персоналу не є легітимним, адже згідно з національним законодавством людина не може бути предметом орендних правовідносин. У нашій країні використовується термін «надання персоналу», з огляду на це лізингові договори укладаються у формі угод на надання персоналу для виконання певного комплексу робіт.

Протягом останніх років попит на послуги позикової праці в Україні непинно зростає, не дивлячись на недосконалість національного трудового законодавства у питанні регулювання сфери нестандартних форм зайнятості, у тому числі й позикової праці, а основними замовниками послуг позикової праці на українському ринку залишаються іноземні компанії. У національному законодавстві про працю на сьогодні серед нестандартних форм зайнятості розглянуті лише самозайнятість, праця на умовах строкових трудових договорів або неповного робочого часу, праця за цивільно-правовими договорами тощо. Ці види зайнятості досліджувалися наукою трудового права й отримали належне правове забезпечення. Однак, інші форми нестандартної зайнятості на законодавчому рівні залишаються неврегульованими [8].

Динамічний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій та поширення вільного доступу до Інтернету стали поштовхом до появи нових режимів праці (гнучкий робочий графік, використання запозиченої праці, самозайнятість тощо), створили умови для переміщення значної кількості робочих місць за межі виробничих та офісних приміщень та призвели до широкого розповсюдження дистанційної форми зайнятості.

У трактуванні І.І. Моторної дистанційна зайнятість – це взаємодія працівника та роботодавця на ринку праці, що передбачає гнучкі соціально-трудова відносини безпосередньо у віртуальному середовищі з використанням інформаційних і комунікаційних технологій [9].

Цей різновид зайнятості користується особливою популярністю як серед працівників, так і серед роботодавців. Дистанційна зайнятість передбачає:

- взаємодію між працівником та роботодавцем у віртуальному середовищі з використанням інформаційних та комунікаційних технологій;
- відсутність стаціонарного робочого місця;
- ненормований робочий час, свободу в організації робочого процесу тощо [10].

Технологія дистанційної роботи широко застосовується і в розвинених країнах, і в країнах, що розвиваються. В Україні ці показники є значно нижчими, проте доволі складно оцінити масштаби поширення такого явища, зважаючи на відсутність загальнонаціональних статистичних даних щодо дистанційної зайнятості. Також в Україні не існує спеціалізованих державних інститутів, що здійснювали б координацію дистанційної зайнятості, та відсутня законодавча база її правової регламентації.

Як наслідок поширення нестандартних форм зайнятості, зокрема дистанційної, почали з'являтися нові форми організації робочого місця. Так, широкого розповсюдження отримав коворкінг. Це нова форма організації праці, при якій самозайнята особа, як правило фрілансер, використовує для своєї професійної діяльності спільний з іншими особами офісний простір, залишаючись при цьому незалежною та вільною, але не відчуваючи нестачі у спілкуванні [11]. Електронний фрілансер – це незалежний професіонал, який сам знаходить для себе проекти, може одночасно працювати на декілька фірм, при цьому робота виконується ним дистанційно. Пошук замовника, зв'язок з ним, передача виконаної роботи, розрахунки та інші види взаємодії між працівником і клієнтом забезпечуються за рахунок інформаційно-комунікаційних технологій.

Така форма організації робочого місця, як коворкінг, здійснює позитивний вплив на розвиток людського капіталу, що забезпечується за рахунок:

- створення комфортного середовища, у якому самозайнятий працівник перебуває в колі своїх однодумців, творчих професіоналів;
- можливості участі в зустрічах між розробниками інновацій та потенційними інвесторами, що проводяться в межах коворкінг-центру;
- реальної економії фінансових ресурсів, оскільки людина сплачує не всю орендну плату за офісне приміщення, а лише частину, що, у свою чергу, створює можливість для вивільнення коштів на саморозвиток та самоосвіту;
- можливості брати участь в освітніх програмах, що організуються на базі коворкінг-центру;
- високої ймовірності у короткий термін знайти та залучити високопрофесійних спеціалістів-однодумців до групової роботи над масштабним проектом.



Варто відзначити, що на рішення працівника при виборі нестандартних форм зайнятості значний вплив має не лише можливість забезпечення матеріального добробуту в майбутньому (як власного, так і своєї сім'ї), а й ряд нематеріальних чинників, серед яких: перспектива професійного та кар'єрного росту, додаткові можливості для саморозвитку та самореалізації, гнучкий графік роботи та повна свобода у розпорядженні своїм вільним часом.

Трансформація ринку праці України та законодавча неврегульованість цього процесу загрожують втратою інтелектуального капіталу, зокрема тієї його складової, що представлена людським капіталом, адже більшість зайнятих за нестандартною формою зайнятості, як показало дослідження, працюють у зарубіжних компаніях, тим самим роблячи вагомий внесок у розбудову економік інших країн. А національна економіка втрачає висококваліфікованих професіоналів, здатних у майбутньому забезпечити економічне зростання України.

Сучасні зміни у сфері зайнятості, безумовно, сприяють нарощуванню людського капіталу, підвищуючи попит і створюючи реальні можливості інтелектуального розвитку та росту мобільності працівників. Разом з тим не можна стверджувати, що нестандартні форми зайнятості мають однозначно позитивний вплив на розвиток людського капіталу. Індивідуалізація, що нарощується, ненормована, нерівномірна зайнятість, зниження рівня соціального захисту – це далеко не всі недоліки сучасних змін на ринку праці. Організаційна гнучкість новітніх форм зайнятості доволі часто призводить до погіршення умов праці та утисків найманих працівників. Трапляється, що особи, які фактично є найманими працівниками, часто залишаються без захисту, передбаченого для сфери стандартної зайнятості.

Нині в Україні не існує офіційної правової позиції виконавчої влади та вищих судових інстанцій з питання нестандартної зайнятості. Це зумовлено недостатнім рівнем якості державної соціальної політики, відсутністю стратегії розвитку людського капіталу та трудових відносин, а також недосконалістю існуючої статистичної бази, яка б дозволяла адекватно вимірювати і аналізувати масштаби поширення нестандартної зайнятості на ринку праці.

Запобігти подальшому поширенню нетрадиційних форм зайнятості неможливо, тому, на наш погляд, необхідно взяти на озброєння досвід Міжнародної організація праці, яка запропонувала зняти бар'єри, що перешкоджають нестійким формам зайнятості, та багатьох розвинутих країн й прийняти відповідні заходи щодо стимулювання широкого розповсюдження цих форм та законодавчого їх врегулювання таким чином, щоб національна економіка не втрачала цінний людський капітал та ефективно працювала.

На рівні національної економіки не останню роль у формуванні людського капіталу відіграє й сфера охорони здоров'я. На думку Ніколайчука М. В., система медичного обслуговування за рахунок зниження рівня захворюваності та якісного своєчасного лікування здатна забезпечити збільшення ефективного часу експлуатації людського капіталу та віддачі від нього [12].

Соколи І. І., Каташинська М. О. стверджують, що потреба в здоров'ї носить загальний характер, вона властива не тільки окремим індивідам, але й суспільству в цілому. Будучи однією з найважливіших характеристик людського капіталу (трудових ресурсів), громадське здоров'я має великий вплив на соціально-економічний розвиток, відіграючи поряд з такими якісними характеристиками людського капіталу як освіта, кваліфікація, роль одного з головних чинників економічного зростання країни [13].

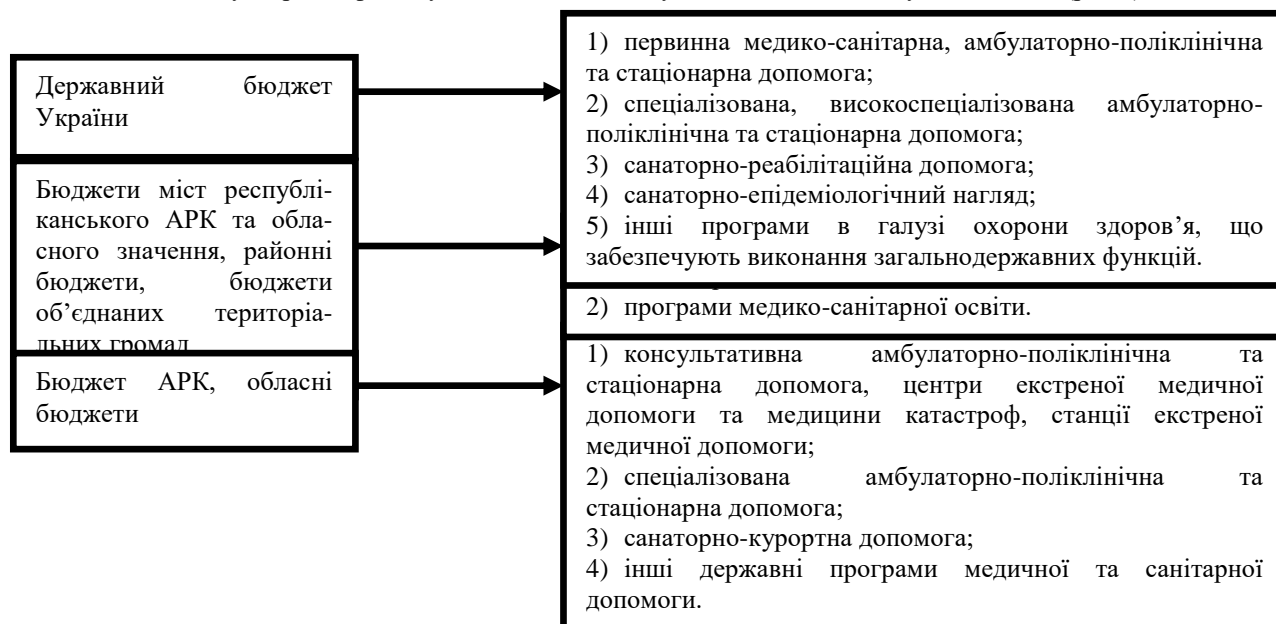
Фінансування сфери охорони здоров'я в Україні супроводжується серйозними проблемами, серед яких: недостатність фінансового забезпечення галузі; спрямування наявних коштів переважно на покриття витрат на утримання персоналу й оплату комунальних послуг; фінансування закупівлі лікарських засобів, устаткування та модернізації інфраструктури за залишковим принципом. Відсутність необхідної фінансової бази розвитку інфраструктури охорони здоров'я створила умови для поширення некерованого процесу «розмивання» системи безкоштовного медичного обслуговування, наслідком чого є погіршення якості послуг, які надаються основній масі населення та заміна безкоштовних послуг на платні. Приватні витрати в охороні здоров'я, які є значними, ускладнюють доступ бідного населення до якісного медичного обслуговування.

З метою покращення ситуації у сфері охорони здоров'я в Україні має бути забезпечено реорганізацію системи бюджетного фінансування галузі, збалансування поєднання бюджетних і позабюджетних джерел залучення коштів з певною децентралізацією фінансів на користь територіальних медичних програм, а також розширення права регіонів, місцевих органів влади і трудових колективів у накопиченні та використанні ресурсів охорони здоров'я. Однак ці завдання й на сьогодні при формуванні бюджету охорони здоров'я не враховуються, внаслідок чого розміри бюджетного фінансування й надалі не відповідають ресурсному забезпеченню медичних послуг, задекларованих державою.

Недостатнє фінансування сфери охорони здоров'я в Україні згубно впливає на якість людського капіталу, а відповідно, й на економічне зростання країни, адже формування ринку медичних послуг не відбувається адекватно до потреб населення. За таких умов перед державою постало невідкладне завдання стабілізувати економічну та фінансову ситуацію в сфері охорони здоров'я шляхом реформування системи управління цією галуззю, тобто, починаючи від зміни пріоритетів у фінансуванні охорони здоров'я й закінчуючи створенням такого економічного механізму, при якому суб'єкт медико-виробничої діяльності

буде зацікавленим у зростанні кількості конкуруючих медичних послуг та поліпшенні їх якості, ефективному використанні кадрових, фінансових і матеріальних ресурсів.

Реформування медичної сфери не обійшлося без змін у Бюджетному кодексі України. Так, згідно Бюджетного кодексу України фінансування медичної галузі здійснюється наступним чином (рис. 1).



**Рис. 1. Розмежування видатків на охорону здоров'я між бюджетами різних рівнів**

Джерело: розроблено авторами на основі Бюджетного кодексу України

Як видно з рисунку 1, відповідно до змін, внесених до ст. 88 та 89 Бюджетного кодексу України, передбачено припинення фінансування сільської медицини через бюджети сільських та селищних рад. Відсутність фінансування через місцеві бюджети в результаті призвела до руйнації сільської медицини, яка хоча й не на належному рівні, але надавала медичні послуги громадянам.

Збільшення фінансування центрів первинної медико-санітарної допомоги у пілотних регіонах (з 15% до 28%) окрім позитивних зрушень у їх діяльності, призвело й до ряду негативних наслідків, серед яких той факт, що вторинна ланка медичної допомоги не отримала компенсацій попереднього рівня фінансування, у результаті чого ці установи зіштовхнулися зі суттєвими проблемами в погашенні навіть поточних витрат.

Серед сильних сторін медичної реформи, на нашу думку, заслуговує уваги виділення трьох окремих рівнів медичної допомоги та реформування її первинної ланки. У більшості країн світу до структури системи охорони здоров'я належать первинна медико-санітарна допомога та спеціалізована допомога. Світовий досвід, узагальнений ВООЗ, свідчить, що розвиток первинної допомоги на засадах сімейної медицини є найефективнішим засобом досягнення справедливого розподілу і раціонального використання коштів та підвищення результативності роботи усієї галузі охорони здоров'я. Раціональна організація первинної допомоги в Україні та її ефективне фінансування дасть змогу відновити комплексність та поступовість у наданні медичної допомоги та покращить показники якості профілактичної роботи, що в результаті сприятиме зниженню рівня захворюваності та рівня пізнього виявлення тяжких хвороб і створить умови для вчасного та якісного надання медичної допомоги. Створення Центрів первинної медико-санітарної допомоги забезпечить також реалізацію права громадян вільно вибирати лікаря, належну доступність, якість та рівність у отриманні первинної медико-санітарної допомоги для прикріпленого населення шляхом розвитку мережі підрозділів, наближених до місць проживання населення, що є надзвичайно важливим особливо для сільської місцевості.

Інвестиції в сферу охорони здоров'я нероздільно пов'язані з охороною навколишнього середовища, адже за відсутності сприятливих умов проживання та чистого довкілля неможливо забезпечити належний рівень здоров'я людини. Від того, в яких умовах працює та проживає людина, прямо залежить її благополуччя, здоров'я, а відповідно, й працездатність. Тому не останню роль в управлінні формуванням людського капіталу на макрорівні відіграє й покращення житлових умов населення.

Сприятливі умови та можливості для ефективного формування людського капіталу та його успішної реалізації забезпечують інвестиції в інноваційну та наукову діяльність.

Поступове посилення інтеграції сфери вищої освіти, науково-дослідної та інноваційної діяльності є абсолютно очікуваним, зважаючи на пришвидшення глобалізаційних процесів та підвищення ролі інтелектуального капіталу в економічному розвитку будь-якої країни. Внаслідок цього змінилася й роль закладів вищої освіти та наукових установ в економіці. Перед освітньо-науковими системами багатьох країн

постало невідкладне завдання забезпечити зближення усіх вершин «трикутника знань» – вищої освіти, наукових досліджень та економічно і суспільно значущих інновацій. Посилення зв'язку між навчальними, дослідницькими та інноваційними компонентами освітньо-наукової системи України створить умови для якісної підготовки кадрів, які швидше пристосовуватимуться до роботи в умовах швидких змін і високої конкуренції, проявлятимуть ініціативу і братимуть на себе відповідальність. У свою чергу, це дозволить вирішувати проблеми, пов'язані зі структурним реформуванням вітчизняної економіки, створенням нових наукомістких інноваційних виробництв, активізацією підприємництва.

З метою посилення ступеня інтеграції між вищою освітою і наукою в Україні реалізовано низку заходів щодо створення дослідницьких університетів. Започаткування дослідницького статусу для окремих університетів передбачає насамперед створення умов для надання не масової, а елітної освіти, яка б ґрунтувалася на органічному поєднанні в діяльності таких університетів трьох складників: навчання, наукових досліджень та впровадження інноваційних технологій.

З огляду на необхідність розбудови інноваційної економіки, а також зважаючи як на позитивні, так і негативні аспекти досвіду розбудови системи дослідницьких університетів в Україні, розвиток інноваційних дослідницьких університетів вимагає вирішення таких завдань: створення сучасних навчально-дослідницьких центрів, що залучають до своєї роботи як викладачів, студентів та аспірантів університетів, так і фахівців відповідних науково-дослідних установ із забезпеченням умов максимального використання для їх роботи наявної дослідної та навчальної інфраструктури; активізація діалогу між закладами вищої освіти, науковими установами, представниками бізнесу та державних органів з конкретних питань підвищення ефективності інноваційної діяльності; розширення автономії закладів вищої освіти та наукових установ як у здійсненні навчального процесу та досліджень, так і у сфері господарської діяльності; створення умов для максимально швидкої комерціалізації результатів перспективних досліджень і розробок, у тому числі за рахунок спрощення механізмів взаємодії нових і існуючих інноваційних підприємств з органами влади [14].

Щоб реально запрацювала тріада – навчання, наукові дослідження, впровадження інновацій – вища школа, крім структур НАН, повинна активніше взаємодіяти з високотехнологічним виробництвом.

**Висновки.** Таким чином, людський капітал є чинником, що забезпечує безперервний інноваційний розвиток, оскільки інноваційна та науково-технічна діяльність можуть бути успішними лише при наявності кваліфікованого персоналу, який генерує ідеї та виконує дослідження. Ефективне формування та реалізація людського капіталу залежать від державної політики у сферах освіти та охорони здоров'я, законодавчого врегулювання процесів у сфері зайнятості населення, інтеграції сфери вищої освіти, науково-дослідної та інноваційної діяльності. В інноваційній економіці управління людським капіталом передбачає ефективне використання знань та вмінь людей для постійного вдосконалення новітніх технологій, підвищення економічних результатів та покращення життєдіяльності суспільства в цілому. Подальші наукові розвідки доцільно спрямовувати на удосконалення фінансових механізмів розвитку людського капіталу.

### Література

1. Человеческий капитал в Европейском союзе: государственный и наднациональный контексты / М.В. Клинова, Е.А. Сидорова // Вопросы экономики. – 2012. – № 8. – С. 80–97.
2. Макарова Е. В. Образование в модернизированном обществе: цели и приоритеты для Украины / Е. В. Макарова // Демографія та соціальна економіка. - 2014. - № 1. - С. 37-47.
3. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки [Електрон. ресурс]. – 2012. – Режим доступу : [www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf](http://www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf)
4. Одолюк І. Вітчизняна індустрія високих технологій: знаннєві, іноваційні, інвестиційні фактори її формування і розвитку / І. Одолюк // Вісник Національної академії наук України. – 2011. – № 11. – С. 21-33.
5. Нестандартная занятость в Украине: социальные риски и конртстратегии профсоюзов [Электронный ресурс] / [авт. текста И Новак, О. Оверковский]. – К.: Фонд Фридриха Эббрета, 2011. - Режим доступа: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/2finalnij%20maket%20Nestandartna%20zanyatist.pdf>.
6. Украина: Анализ востребованности и оценка качества услуг аутсорсинга [Электронный ресурс] – Режим доступу: <http://www.hrd.com.ua/index.php/news/626-2012-09-03-12-07-04>.
7. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Аутсорсинг>.
8. Кохан В. П. Нестандартна зайнятість в Україні: виклики часу / В. П. Кохан // Право та інноваційне суспільство. – 2013. – № 1. – С. 173-187.
9. Моторна І. Дистанційна зайнятість в умовах глобалізації економіки та соціально-економічні вигоди від її використання. // Україна: аспекти праці. – 2008. - №3.- с.6 – 12., с.6
10. Моторна І. І. Соціально-трудові відносини: формування та розвиток : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка та політика» / І.І. Моторна. – К., 2009. – 20 с.
11. Гришнова Е. А. Развитие человеческого капитала и трансформация форм занятости: взаимовлияние и взаимообусловленность / Е. А. Гришнова, Н. А. Азьмук // Демографія та соціальна економіка. - 2014. - № 1. - С. 85-96.
12. Ніколайчук М.В. Чинники, тенденції та передумови формування конкурентоспроможності людського капіталу України / М.В. Ніколайчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2012. – № 2. – С. 218 – 223.
13. Соколи І.І. Охорона здоров'я як чинник формування людського капіталу / І.І. Соколи, М.О. Каташинська // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1. – С. 167–171.
14. Освіта й наука в інноваційному розвитку сучасної Європи. Збірник науково-експертних матеріалів. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://niss.gov.ua/publikacii/materiali-kruglikh-stoliv-konferenciy/osvita-y-nauka-v-innovacijnomu-rozvitku-suchasnoi>.

**References**

1. Chelovecheskiy kapital v Evropeyskom soyuze: gosudarstvennyy i nadnatsionalnyy konteksty / M.V. Klinova, E.A. Sidorova // *Voprosy ekonomiki*. – 2012. – # 8. – S. 80–97.
2. Makarova E. V. Obrazovanie v modernizirovannom obschestve: tseli i prioritety dlya Ukrainy / E. V. Makarova // *Demografiya ta sotsialna ekonomika*. - 2014. - # 1. - S. 37-47.
3. Natsionalna strategiya rozvitku osviti v Ukraini na 2012–2021 roki [Elektron. resurs]. – 2012. – Rezhim dostupu : [www.mon.gov.ua/Images/files/news/12/05/4455.pdf](http://www.mon.gov.ua/Images/files/news/12/05/4455.pdf)
4. Odotyuk I. Vltchiznyana Industriya visokih tehnologiy: znannEvI, nnovatsIynI, InvestitsIynI faktori YiYi formuvannya I rozvitku / I. Odotyuk // *Visnik NatsionalnoYi akademIYi nauk Ukraini*. – 2011. – # 11. – S. 21-33.
5. Nestandartnaya zanyatost v Ukraine: sotsialnyie riski i konrtstrategii profsoyuzov [Elektronnyiy resurs]/ [avt. teksta I Novak, O. Overkovskiy]. – K.: Fond Fridriha Ebbreta, 2011. - Rezhim dostupa: [http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/2finalnij\\_maket\\_Nestandartna\\_zanyatist.pdf](http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/2finalnij_maket_Nestandartna_zanyatist.pdf).
6. Ukraina: Analiz vostrebovanosti i otsenka kachestva uslug outsorsinga [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupu: <http://www.hrd.com.ua/index.php/news/626-2012-09-03-12-07-04>.
7. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Autsorsing>.
8. Kohan V. P. Nestandartna zanyatist v Ukraini: vikliki chasu / V. P. Kohan // *Pravo ta InnovatsIyne suspilstvo*. – 2013. – # 1. – S. 173-187.
9. Motorna I. Distantnaya zanyatist v umovah globalizatsIYi ekonomiki ta sotsialno-ekonomIchnI vigodi vId YiYi vikoristannya. // *Ukraina: aspekti pratsI*. – 2008. - #3.- s.6 – 12., s.6
10. Motorna I. I. Sotsialno-trudovi vIdnosini: formuvannya ta rozvitok : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk : spets. 08.00.07 «Demografiya, ekonomika pratsI, sotsialna ekonomika ta politika» / I.I. Motorna. – K., 2009. – 20 s.
11. Grishnova E. A. Razvitie chelovecheskogo kapitala i transformatsiya form zanyatosti: vzaimovliyanie i vzaimoobuslovlennost / E. A. Grishnova, N. A. Azmuk // *Demografiya ta sotsialna ekonomika*. - 2014. - # 1. - S. 85-96.
12. Nikolaychuk M.V. Chinniki, tendentsIYi ta peredumovi formuvannya konkurentospromozhnosti lyudskogo kapItalu Ukraini / M.V. Nikolaychuk // *Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – Hmel'nitskiy, 2012. – # 2. – S. 218 – 223.
13. Sokoli I.I. Ohorona zdorov'ya yak chinnik formuvannya lyudskogo kapItalu / I.I. Sokoli, M.O. Katashinska // *Ekonomika: realIYi chasu*. – 2013. – # 1. – S. 167–171.
14. Osvita y nauka v InnovatsIynomu rozvitku suchasnoYi Evropi. ZbIrnik naukovo-ekspertnih materIalIv. [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupu : <https://niss.gov.ua/publikacii/materiali-kruglikh-stoliv-konferency/osvita-y-nauka-v-innovatsiyomu-rozvitku-suchasnoi>.

Рецензія/Peer review : 16.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК: 334.7:004.7: 658.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-197-200

ГЕВКО В. Л.

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

## СУЧАСНА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

*У статті обґрунтовано концептуально-прикладні аспекти організаційної культури мережеских структур. Доведено необхідність підвищенню ролі організаційної культури підприємства мережеских структур в забезпеченні ефективного управління. Досліджено, що організаційна культура підприємств мережеских структур є системою, яка включає певні підсистеми. На основі чого сформовано особливості застосування інструментарію економіко-математичного моделювання – методу ковзної середньої, оскільки основним завданням прогнозування є зниження неминучої невизначеності. Слід відзначити, економіко-математичне моделювання можна застосовувати для обґрунтування короткострокових і довгострокових періодів як метод прогнозування фінансової результативності.*

*Ключові слова: підприємства мережеских структур, організаційна культура підприємств мережеских структур, економіко-математичне моделювання, метод ковзної середньої.*

GEVKO V.

Ivan Puluj Ternopil National Technical University

## MODERN METHODOLOGY OF RESEARCH ORGANIZATIONAL CULTURE AT ENTERPRISES OF NETWORK STRUCTURES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING

*Modern scientific research points to the fact that without properly formed organizational culture of enterprises at network structures it is impossible to achieve a high level of economic efficiency. In this context, it is quite relevant to study the organizational culture of enterprises at network structures based on the application of economic and mathematical modeling in modern transformational conditions.*

*The conceptual and applied aspects of organizational culture at network structures are substantiated in the article. The necessity to increase the role of organizational culture of the enterprise at network structures in providing effective management has been proved: accelerating the integration of Ukraine into the world economic space; high degree of deterioration of fixed assets, their moral aging; the presence of significant financial problems in the enterprise network structures.*

*It has been researched that organizational culture of enterprises at network structures is a system that includes certain subsystems connected by close links of direct and inverse character: value: values, mission and philosophy of the company; symbolic: heroes, legends, rituals, symbols; normative: rules, procedures, rules, criteria and structures; communication and management: management style, communication system, personnel management system; identification: corporate identity, image, company brand as employer and brand name.*

*On this basis the peculiarities of the application of the tools the economic and mathematical modeling - the moving average method are formed, since the main task of forecasting in the conditions of unbalanced economic processes is to reduce the inevitable uncertainty that is associated with making economic decisions that are oriented towards the future. It should be noted that economic and mathematical modeling can be used to justify short- and long-term periods as a method of forecasting financial performance.*

*Keywords: enterprises of network structures, organizational culture of enterprises at network structures, economic-mathematical modeling, moving average method.*

В сучасних трансформаційних умовах зростаюча значущість організаційної культури підприємств мережеских структур на основі застосування економіко-математичного моделювання застосування як фактору забезпечення сталого розвитку і підвищення ефективності системи управління підприємствами визначила актуальність теми статті і потребу у наукових і прикладних розробках. Слід відзначити, що економічна ефективність функціонування підприємств мережеских структур доцільно проводити з використанням інструментарію економіко-математичного моделювання на основі методу ковзної середньої, який забезпечує прогнозу оцінку досліджуваної діяльності.

Вагомий внесок у розробку теоретико-прикладної тематики сучасної методології організаційної культури підприємств мережеских структур в контексті економіко-математичного моделювання зробили провідні вітчизняні науковці такі як С. Гриценко, О. Вівчар, Г. Дмитренко, О. Єрмакова, Т. Заславська, Г. Колодко, В. Кириченко, Т. Максименко, С. Оборська, Ю. Пахомов, Р. Ривкіна, З. Шершньова, Е. Шарпапова, В. Усачева, К. Франкич, Г. Хаст та інші.

Метою статті є дослідження сучасних аспектів методології організаційної культури підприємств мережеских структур на основі застосування економіко-математичного моделювання

В умовах викликів нової економіки, слід відзначити, що особливої актуальності набуває у необхідності посилення уваги керівництва до використання внутрішніх факторів розвитку підприємств

мережових структур, зокрема, до організаційної культури. В ній відображається найбільш успішні, життєздатні, перевірені досвідом зразки мислення, поведінки, прийняття рішень та взаємовідносин, які підтримуються і в процесі природного розвитку організації, і свідомими зусиллями керівників і власників. Саме це дає підстави вважати, що культура підприємств мережових структур є, по суті, найціннішим і незамінним мотиваційним ресурсом економічного розвитку. До важливих передумов поширення практики застосування концепції організаційної культури мережових структур слід віднести: 1) значне загострення конкуренції, яке змушує підприємства вести пошук внутрішніх ресурсів підвищення ефективності; 2) розширення практики використання методів управління, які ґрунтуються на загальнолюдських цінностях; 3) посилення уваги менеджменту до вивчення організаційної поведінки; 4) наявність тенденції до розвитку демократії та співробітництва в процесі організаційних перетворень в усьому світі.

На основі проведених досліджень встановлено, що підвищенню ролі організаційної культури підприємства мережових структур в забезпеченні ефективного управління сприяють: 1) прискорення інтеграції України у світовий економічний простір; 2) високий ступінь зносу основних засобів, їх моральне старіння; 3) наявність суттєвих фінансових проблем у підприємства мережових структур, що ускладнює модернізацію основних засобів, унеможливує купівлю ноу-хау, патентів і т. і. [3].

На основі проведених досліджень варто відзначити, що організаційна культура підприємств мережових структур є системою, яка включає такі підсистеми, пов'язані тісними зв'язками прямого і зворотного характеру: 1) ціннісна: цінності, місія і філософія компанії; 2) символічна: герої, легенди, ритуали, символи; 3) нормативна: норми, процедури, правила, критерії та структури; 4) комунікативно-управлінська: стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; 5) ідентифікаційна: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд. Слід відзначити, що базовою підсистемою організаційної культури мережових підприємств є ціннісна, вище описані перебувають у тісній залежності від неї [5].

У сучасних умовах турбулентно-кризового стану керівники підприємницьких структур розглядають свою організаційну культуру як потужний стратегічний вектор, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи та окремих осіб на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечувати відданість і полегшувати спілкування. Варто зауважити, що організаційна культура підприємств мережових структур – це набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації, що демонструються у заявлених організацією цінностях, які дають працівникам орієнтири їх поведінки і дій. Дані ціннісні орієнтації передаються членам підприємств мережових структур через символічні засоби духовного і матеріального оточення даної системи [4].

В сучасних трансформаційних умовах економічну ефективність функціонування підприємств мережових структур доцільно проводити з використанням інструментарію економіко-математичного моделювання на основі методу ковзної середньої, який забезпечує прогнозну оцінку досліджуваної діяльності. Підприємства мережових структур – компанії, в яких послідовність команд ієрархічної структури замінюється ланцюжком замовлень на поставку продукції та розвитком взаємовідносин з іншими компаніями. Звертаємо увагу на те, що сутність мережових об'єднань підприємницьких структур полягає у наданні для кожного елемента цієї структури максимально повної свободи дій (як у рамках самої структури, так і за її межами), завдяки чому досягається більша мобільність, а отже, й більша ефективність прийняття управлінських рішень.

Так з практичної точки зору, визначальним різновидом формалізованого знакового моделювання підприємств мережових структур є економіко-математичне моделювання. Математична модель є сукупністю співвідношень (нерівностей, рівнянь, формул, логічних умов), що характеризують процес зміни стану системи залежно від її вхідних сигналів, параметрів, початкових умов і часу [1, с. 34]. Враховуючи закономірності економічного розвитку, предметом прогнозування економічної ефективності підприємств мережових структур є якісні та кількісні зміни, які можуть мати місце в об'єкті чи процесі через вплив сукупності зовнішніх та внутрішніх загроз чи окремих із них у межах прогнозованого періоду.

Неможливо залишити поза увагою те, що в оцінці прогнозування економічної ефективності підприємств мережових структур є правильний вибір моделі. [2, с. 195]. Саме тому необхідно обрати методи обробки динамічного ряду. Найкращим вибором є метод ковзної середньої та її похідних, так як необхідно тільки виконати згладжування, а не розв'язати задачу прогнозу динаміки. Використання цього методу дає хороший результат при значно меншій кількості операцій ділення та множення, тобто тут має місце значна економія ресурсів машинного часу.

Опрацюємо послідовність такими методами:

– Проста ковзна середня: існує динамічна послідовність  $Q$  з кількістю значень  $n$ . Нова послідовність  $Q_1$  з кількістю значень  $n$ . Маємо порядок ковзного середнього  $f$ . Для розрахунку використаємо формулу:

$$Q_{1i} = \frac{\sum Q_k}{P}, P = \frac{(f-1)}{2}, k \in [i-P; i+P] \quad (1)$$

– Модифіковане ковзне середнє: існує динамічна послідовність  $Q$  з кількістю значень  $n$ . Нова послідовність  $Q_2$  з кількістю значень  $n$ . Маємо порядок ковзного середнього  $f$ . Для розрахунку використаємо формулу:

$$Q_{2i} = \sqrt{\frac{\sum(Q_k \cdot Q_k)}{P}}, \quad P = \frac{(f-1)}{2}, \quad k \in [i-P; i+P] \quad (2)$$

– Комбінований метод: існує динамічна послідовність  $Q$  з кількістю значень  $n$ . Розділимо її на рівні групи по  $m$  значень. Обчислимо для кожної групи значення  $Q_z$ , де  $z$  – номер групи.  $Q_z$  обчислюється як:

$$Q_z = \sqrt{\frac{\sum(Q_{zi} \cdot Q_{zi})}{m}} \quad (3)$$

Нова послідовність  $Q_3$  буде формуватися, як множина точок, що лежать на відрізках, які формуються сусідніми опорними точками. Найкращою мірою точності наближення є середнє квадратичне відхилення отриманого ряду від еталонного ряду [1, с. 36-39].

Середнє квадратичне відхилення розраховується за формулою:

$$V_{mid} = \sqrt{\frac{\sum(Q_i - Q_{ki})^2}{n}} \quad (4)$$

де  $n$  – кількість елементів ряду (кількість ітерацій);  $Q$  – еталонний ряд;  $Q_k$  – ряд, що був опрацьований

Неможливо залишити поза увагою те, що результати діяльності підприємств мережових структур залежать від ефективності використання їх ресурсів, які відповідно обумовлюють оптимальність процесу формування показників доходів, витрат та прибутків досліджуваних підприємств за видами їхньої діяльності. Підприємства мережових структур забезпечують сукупність дій, необхідних для досягнення поставлених цілей і погодженість зв'язків між усіма суб'єктами мережової взаємодії; реалізує диференційований підхід до роботи, відповідно до чого мережі виступають як механізм інтеграційної політики. Все це визначає перспективність цієї форми організації підприємницької діяльності для вітчизняних підприємств.

Отож, вплив організаційної культури підприємств мережових структур є досить суттєвим чинником у підвищенні конкурентоспроможності сучасного підприємства. Відзначаємо, що висока організаційна культура підприємств мережових структур дозволяє досягнути так званого “управлінського прибутку”, який підприємство отримає не через відновлення технологій, устаткування, розширення асортименту, а через застосування інтелектуального капіталу й таланту працівників, краще розуміння цілей організації та її підрозділів, формування позитивного іміджу мережових підприємств. Тому формування організаційної культури сучасних підприємств мережових структур повинно бути представлено як програму перспективного розвитку мережових підприємств для підвищенні її конкурентоспроможності [4].

Прорезюмувавши відзначаємо, що сучасні підприємств мережових структур кожні декілька років вносять серйозні зміни до організаційної культури, процедур затвердження рішень і так далі, при цьому перевагу отримують ті організації, які не чекають виникнення необоротних негативних тенденцій, а поступово змінюють і оптимізують окремі функції і підрозділи, перетворюючи зміни в безперервний процес розвитку. Адже, в сучасних умовах макротрендів бізнесу необхідним є формуванням культур, відкритих до змін, які сприяють швидкому маневруванню, розвивають різні форми взаємодії, активізують менеджмент на основі знань, посилюють корпоративну відповідальність та моральну доброчесність. Ключовим питанням при цьому є визнання чинників впливу на основі застосування економіко-математичного моделювання за розвиток належної організаційної культури, яка сприятиме необхідним реформам та досягненню визначених цілей даних підприємницьких структур.

### Література

1. Валінкевич Н. В. Побудова оптимальної моделі прогнозування модернізаційних зрушень у виробництві продукції підприємств. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. 2012. С. 34–39.
2. Вітчар О. І. Моделювання логістичних стратегій як визначальний фактор успішного розвитку ремонтно-будівельних підприємств. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Випуск III (47). Чернівці, 2012. С. 211–214.
3. Захарчин Г. М. Передумови розвитку організаційної культури на підприємстві в умовах глобалізації. Економічний простір. 2009. №23/1. С. 57- 63.

4. Періг О.І. Організаційна культура сучасного підприємства як чинник підвищення його конкурентоспроможності. 2012. URL: <http://kerivnyk.info/2012/03/perig.html>
5. Сацков Н.Л. Практический менеджмент: Методы и приемы деятельности руководителя / Сацков Н.Л. – Донецьк : Сталкер, 2008. – 448 с.

### References

1. Valinkevych, N. V. (2012) Pobudova optimalnoi modeli prohozuvannya modernizatsiinykh zruchen u vyrobnytstvi produktii pidpriemstv [Construction of an optimal model for forecasting modernization shifts in the production of enterprises]. Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Zhytomyr State Technological University. Economic Sciences, 34—39. [in Ukrainian].
2. Vivchar, O. I. (2012) Modeliuvannya lohistychnykh stratehii yak vyznachalny faktor uspishnoho rozvytku remontno-budivelnykh pidpriemstv [Modeling of logistic strategies as a determining factor for successful development of repair and construction enterprises]. Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky – Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences. Issue III (47). Chernivtsi, 2012. 211–214. [in Ukrainian].
3. Zakharchyn, H.M. (2009) Peredumovy rozvytku orhanizatsiinoi kultury na pidpriemstvi v umovakh hlobalizatsii [Prerequisites for the development of organizational culture in an enterprise in the context of globalization]. Ekonomichniy prostir – Economic space. 2009. №23/1. 57- 63. [in Ukrainian].
4. Perih, O. (2012) Orhanizatsiina kultura suchasnoho pidpriemstva yak chynnyk pidvyshchennia yoho konkurentospromozhnosti [Organizational culture of a modern enterprise as a factor of increasing its competitiveness]. URL: <http://kerivnyk.info/2012/03/perig.html> (Data of access: 18.02.2020 p.) [in Ukrainian].
5. Satskov N.L. (2008) Praktycheskyi menedzhment: Metody y pryemy deiatelnosti rukovodytelia [Practical management: Methods and techniques of activity of the head]. Donetsk : Stalker, 2008. 448. [in Ukrainian].

Рецензія/Peer review : 16.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018



УДК 65.336.71

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-201-205

ГОНЧАРЕНКО Т. П.

Сумський коледж економіки і торгівлі

## ФАКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ БАНКІВ В СИСТЕМІ ЇХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Метою статті є розвиток теоретичних засад стратегічного управління банком на основі виділення факторів і тригерів, що спричиняють необхідність трансформації його бізнес-моделі. Актуальність питання обумовлена тим, що базуючись на ідентифікованих ключових тригерах трансформації, суб'єкти стратегічного банківського менеджменту отримують змогу забезпечити адаптивність банку до негативного впливу екзогенного та ендогенного середовищ та забезпечать на цій основі цільовий рівень ефективності діяльності та стійкість до кризових явищ.

Автором визначено, що основними екзогенними факторами трансформації на поточному етапі розвитку банківської системи є макроекономічні, нормативні та технологічні фактори, що генерують тригери для перебудови банківських бізнес-моделей. Суб'єкти банківського менеджменту також мають ідентифікувати ендогенні фактори, що можуть спричинити необхідність перебудови бізнес-моделі банку, а саме: фінансові та нефінансові параметри, що не відповідають цілям максимізації ринкової вартості банківського бізнесу за умови контрольованості ризиків та роблять банк надмірно чутливим до непередбачуваних змін в ендогенному середовищі.

Ключові слова: банк, стратегічне управління банком, бізнес-модель банку, тригери трансформації бізнес-моделей банку, ефективність бізнес-моделі банку.

GONCHARENKO T.

Sumy College of Economics and Trade

## FACTORS OF TRANSFORMATION OF BANKING BUSINESS MODELS IN THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT

The aim of the article is to develop the theoretical foundations of strategic management of the bank based on the identification of factors and triggers that necessitate the transformation of its business model.

The relevance of the issue is since, based on the identified key transformation triggers, strategic banking management entities will be able to ensure the bank's adaptability to the negative impact of exogenous and endogenous environments. This will form the basis for minimizing banking risks, provide the target level of performance and increase resistance to the crises.

The author determined that the main exogenous transformation factors at the current stage of the development of the banking system are macroeconomic, regulatory and technological factors. It is the factors of this group that generates triggers for the transformation of banking business models. Banking entities must also identify endogenous factors that may necessitate the transformation of the bank's business model. These include financial and non-financial parameters that do not meet the goals of maximizing the market value of the banking business, leading to uncontrolled risks and making the bank overly sensitive to unpredictable changes in the endogenous environment. We include to them: the dependence of the business model on the sources of formation of the resource base (funds of shareholders, funds of customers, funds of the financial market); excessive concentration of the business model in a certain direction of resource allocation; asymmetry and volatility of income; unreasonable strategic assumptions underlying the formation of a business model, in particular, excessive optimism about resources and the possibilities for their effective use, changes in the macroeconomic and competitive environment; instability/lack of competitive advantages of the business model; the presence of non-financial dependencies that negatively affect the stability of the bank.

Keywords: Bank, Strategic Bank Management, Banking Business Models, Triggers of Transformation of Banking Business Models, Efficiency of Banking Business Models Banking Business Models.

**Постановка проблеми.** Сталій розвиток банку, що передбачає максимізацію ринкової вартості банківського бізнесу за умови стійкого фінансового стану, значною мірою визначається обраною стратегією та комплексом механізмів, інструментів та процесів, що мають забезпечити її реалізацію. Зважаючи на це, зростає важливість ефективності стратегічного управління банком, що має дозволити досягнення всіх стратегічних цілей, не призводячи до зростання рівня стратегічного ризику, з адаптованістю до умов, в яких реалізуються стратегічні управлінські впливи.

Реалізація цих завдань можлива лише за умови формування ефективної бізнес-моделі банку, що має створити базові патерни в ухваленні ключових стратегічних управлінських рішень, що впливають на ефективність, конкурентоспроможність та стійкість банку, на поведінку його клієнтів та партнерів.

Р. Касадеус-Масанелл та Й. Р. Ріцарт [1] дослідили зв'язок стратегії, бізнес-моделі та тактик ведення бізнесу, у тому числі, в контексті антикризового управління. Автори визначили, що стратегія – це план дій з досягнення певної мети, і вона фокусується на створенні стійкої конкурентної переваги, а бізнес-модель відповідає на питання, як реалізувати стратегію, і фокусується на створенні цінності. Чіткі відмінності між цими двома поняттями можна побачити в кризу, коли потрібною є кардинальна трансформація бізнес-моделі. Автори дійшли висновку, що організація не має стратегії, якщо у неї немає плану дій в різних непередбачених обставинах та розуміння, як перебудувати бізнес-модель.

Зважаючи на зазначене та враховуючи високий рівень турбулентності операційного середовища, в яких функціонують банки України, високу частоту банківських криз, актуальним є питання визначення трансформації бізнес-моделей банків для забезпечення ефективності стратегічного управління ними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження трансформацій бізнес-моделей банків в контексті досягнення цілей стратегічного управління під впливом ендогенних та екзогенних факторів на сучасному етапі розвитку банківської системи України, на нашу думку, є недостатнім.

Наразі в вітчизняній науковій літературі проводяться дослідження бізнес-моделей банків України в контексті доцільності застосування отриманих аналітичних даних у системі раннього реагування та процесах банківського регулювання та нагляду. В. Рашкованом та Д. Поکیدіним у [2] ідентифіковано шість бізнес-моделей банків України («Домогосподарства-корпорації», «Роздрібні», «Універсальні», «Корпоративні», «Інвестиційні», «Заморожені/Невизначені») за допомогою самоорганізаційних карт Кохонена з виділенням ризикових та безпечних залежно від схильності до банкрутства. Вчені обґрунтували доцільність застосування бізнес-моделей банків у системі раннього реагування та процесах наглядового розгляду та оцінки. Доцільність виділення бізнес-моделей банків для підвищення ефективності мікропруденційного банківського регулювання визначив А. С. Стадник [3].

Такий фактор трансформацій бізнес-моделей банків, як вплив посилення регуляторних вимог до материнських структур міжнародних банківських груп, досліджувались у роботах О. Костюк та О. Костюк [4], Л. Петрашко та М. Цівіної [5]. Цей фактор є важливим, оскільки спричиняє не тільки перебудову бізнес-моделей банків з іноземним капіталом, алей призводить до реконфігурації банківської системи в цілому та впливає таким чином на бізнес-моделі банків з національним капіталом.

Н. Пантелеева у [6] комплексно дослідила сутність бізнес-моделі банків з виділенням таких її видів, як традиційна та інноваційна, та провела аналіз трансформацій бізнес-моделей вітчизняних та закордонних банків під впливом наслідків фінансових криз та післякризового відновлення. Попри вагомість отриманих наукових результатів, на нашу думку, подальших досліджень потребує визначення сутності поняття «бізнес-модель банку» в контексті врахування отриманих результатів для визначення ключових тригерів її трансформації.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних основ та практичних аспектів формування, ідентифікації та трансформації бізнес-моделей банків зроблено в роботах закордонних вчених.

Як і в вітчизняній науковій літературі, активно проводяться дослідження бізнес-моделей банків в контексті забезпечення їх стійкості до кризових явищ, мінімізації системних ризиків для цілей банківського регулювання та нагляду.

П. Кавелаарс та Дж. Пассеньєр у [7] визначили, що аналіз бізнес-моделей виходить банків за рамки традиційного підходу до мікропруденційного нагляду, що, переважно, концентрувався на адекватності банківського капіталу, ліквідності та управління ризиками. Аналіз бізнес-моделей передбачає інший підхід до ризику, починаючи від розуміння діяльності банку, груп клієнтів, каналів розподілу та джерел прибутку.

Р. Аяді, Е. Арбак, В. П. де Грена, І. Сасі, В. Матлоуті, Х. Рея та О. Обрі виділили основні бізнес-моделі банків країн Європи, виявили їх зміни під впливом наслідків фінансової кризи 2008-2009 рр. та довели, що бізнес-модель має значний вплив на стійкість банків до кризових явищ.

У [8] на основі аналізу продуктивності, стабільності, ризику, ефективності та корпоративного управління 26 європейських банків до, під час та після фінансової кризи науковці виявили сильні та слабкі сторони, притаманні домінантним бізнес-моделям у контексті регуляторних змін, пов'язаних із запровадженням Базелю III. Ключовим висновком стало те, що бізнес-модель роздрібного банку є більш стійкою до кризових явищ та краще адаптованою до подолання їх наслідків, порівняно з інвестиційними та оптовими банками.

У [9] наголошується на тому, що ідентифікація бізнес-моделей банків є основою для збалансовано-диференційованого банківського регулювання, оскільки нормативні вимоги мають адаптуватись до бізнес-моделей банків, що дозволить узгодити нормативні параметри з ключовими ризиками банків.

У [10] на основі аналізу балансів 147 європейських банків, що займають понад 80 % активів галузі, з урахуванням структури власності та фінансових показників, виділено основні чотири бізнес-моделі (роздрібні диверсифіковані, роздрібні цільові, інвестиційні та гуртові банки). Науковцями на основі емпіричних даних доведено, що бізнес-модель банку має значний вплив на стійкість банку до кризових явищ.

У [11] проаналізовано 2528 банківських груп та дочірніх компаній неєвропейських банків, що займають понад 95 % ринків ЄС та швейцарських банківських активів, та здійснено кластеризацію банківського ринку, на основі програмування SAS. За результатами виділено п'ять основних бізнес-моделей банків: концентрований роздрібний банк, диверсифікований роздрібний банк (I та II типи), оптові та інвестиційні банки. Результати досліджень науковців довели, що аналіз бізнес-моделей банків надає учасникам ринку, вкладникам, кредиторам, регуляторам та органам нагляду ефективний інструмент для кращого розуміння природи ризиків, пов'язаних з кожною з них, та їх впливом на системний ризик протягом всього економічного циклу.

У дослідженні В. Вагізової, К. Лурі та І. Івасіва [12] проведено кластеризацію російських банків для визначення бізнес-моделей активності з точки зору забезпечення ефективної співпраці з реальним сектором економіки країни.

Результати аналізу російських банків у контексті їх типології, структури та стійкості, проведеного такими науковцями, як П. Г. Алексашин, Ф. Т. Алескеров, В. Ю. Белоусова, П. К. Бондарчук, Е. С. Попова,

А. А. Кнурова, В. М. Солодков [13, 14], підтвердили той факт, що обрана банком бізнес-модель впливає на потенційний рівень стійкості.

Для вітчизняної банківської системи висновки закордонних науковців є важливими, зважаючи на необхідність трансформації бізнес-моделей банків під впливом післякризової трансформації, зростання конкуренції з боку небанківських установ, посилення регуляторних вимог Національного банку України.

**Формулювання цілей статті.** Попри значні напрацювання у цій сфері, необхідним є розвиток теоретичних засад стратегічного управління банком на основі виділення факторів і тригерів, що спричиняють необхідність трансформації його бізнес-моделі. Це обумовлено тим, що базуючись на отриманих результатах діагностичних досліджень в частині визначення ключових тригерів трансформації, суб'єкти стратегічного банківського менеджменту отримують змогу забезпечити адаптивність банку до негативного впливу екзогенного та ендогенного середовищ та забезпечити на цій основі цільовий рівень ефективності діяльності та стійкість до кризових явищ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В основі запропонованого нами підходу покладено тезу про те, що стратегічне управління банком має базуватись на комплексному підході до розуміння бізнес-моделі як об'єкту застосування управлінського впливу, що передбачає вивчення сутності поняття бізнес-моделі банку, факторів і тригерів, що спричиняють необхідність її трансформації.

Досягнення мети та завдань статті потребує уточнення поняття бізнес-модель банку та виділення її складових. Узагальнення підходів науковців до цього поняття наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «бізнес-модель банку»\*

Автор	Визначення
Ф. Т. Алескеров, В. Ю. Белоусова, П. К. Бондарчук, Е. С. Попова	політика з управління активами, пасивами й прибутковістю банківських операцій, а її індикаторами є модель, аналогічна показникам, визначеним у рейтинговій оцінці CAMELS
М. Томкус	набір компонентів для перевершення конкурентів та отримання оптимального прибутку на фінансовому ринку... банки розробляють бізнес-моделі для управління трьома основними процесами: 1) придбання необхідних ресурсів для своєї діяльності; 2) надання кредитів для отримання доходів; 3) прийняття ризику.
П. Кавелаарс та Дж. Пассен'єр <b>Закладка не определена.</b>	вид діяльності, яку банк виконує з метою отримання прибутку.
Р. Аяді, Д. Гроен	бізнес-модель – це те, за допомогою чого банки досягають своїх цілей, а її аналіз сприяє кращому розумінню проблем банку, його профілю ризиків та систем управління.
Р. А. Ісаєв	формалізований опис (наприклад, графічний або табличний) певного аспекту або сфери діяльності банку.
Д. А. Лаптірев	система класифікації видів діяльності банку, що встановлює зв'язки між різними елементами визначеної класифікації.
Н. Пантелєєва	відображає економічну логіку діяльності банку...є свідченням його позиціонування в інституціональній структурі банківської системи відносно створення додаткової вартості, моделі формування прибутку, власного розвитку та соціального значення.

\* сформовано автором на основі 6, 7, 10, 15-18

Узагальнивши підходи науковців, що наведені вище, та з урахуванням підходів до визначення поняття «бізнес-модель організації» у межах цього дослідження вважаємо за доцільне розглядати її наступним чином:

- бізнес-модель є елементом стратегічного управління, що визначає базові патерни в ухваленні ключових рішень у сфері формування прибутку, ризик-менеджменту, конкурентних стратегій, що впливають на ефективність, конкурентоспроможність та стійкість банку;

- бізнес-модель визначає основні специфічні елементи банківського бізнесу, що впливають на його ринкову вартість: «модель бізнес-діяльності (клієнти, продукти, канали збуту та організаційна структура), модель управління банківським бізнесом і модель забезпечення банківського бізнесу» [16];

- бізнес-модель має характеристики циклічної трансформації під впливом екзогенних та ендогенних факторів, що генерують певні тригери її перебудови та можуть призвести до підвищення ефективності або до виникнення кризових явищ та банкрутства банку.

Базуючись на цьому підході, нами визначено, що тригери трансформації бізнес-моделі банку можуть формуватись як у ендогенному, так і екзогенному середовищі діяльності банку.

Узагальнивши напрацювання науковців з цієї тематики, ми визначили, що найбільш значущими для банків України є наступні екзогенні фактори:

- макроекономічні, що формують операційне середовище діяльності банків, генерують макроекономічні шоки, що можуть призвести до кризових явищ у банківській системі;

- нормативні, обумовлені впровадженням нових інструментів мікро- і макропруденційного регулювання, спрямовані на підвищення капіталізації та ліквідності банків, внаслідок чого істотно впливають на їх прибутковість;

- технологічні, пов'язані з цифровізацією економіки та активним розвитком Fintech, що змінюють

ландшафт фінансового ринку, призводять до зростання конкуренції з небанківськими установами та зростання кібер-ризиків.

Найбільш вагомими ендогенними факторами, що можуть спричинити необхідність перебудови бізнес-моделі банку, є ті фінансові та нефінансові параметри, що не відповідають цілям максимізації ринкової вартості банківського бізнесу за умови контрольованості ризиків та роблять банк надмірно чутливим до непередбачуваних змін в ендогенному середовищі, зокрема:

- залежність бізнес-моделі від джерел формування ресурсної бази (коштів акціонерів, коштів клієнтів, коштів фінансового ринку тощо);
- надмірна концентрація бізнес-моделі на певному напрямі розміщення ресурсів, що призводить до зростання ризиків концентрації;
- асиметрія та волатильність доходів, спричинена істотними змінами в їх структурі протягом короткого строку, зокрема, коли переважають непрофільні бізнес-лінії;
- необґрунтовані стратегічні припущення, закладені в основу формування бізнес-моделі, зокрема, надмірний оптимізм щодо ресурсів та можливостей банку в частині їх ефективного використання, змін макроекономічного та конкурентного середовища тощо;
- нестійкість/відсутність конкурентних переваг бізнес-моделі;
- наявність нефінансових залежностей (наприклад, від політики уряду, окремих клієнтів), що негативно впливають на стійкість банку.

**Висновки.** За результатами дослідження визначено, що бізнес-модель банку є ключовим елементом стратегічного управління ним, оскільки визначає базові патерни в ухваленні ключових рішень у сфері формування прибутку, ризик-менеджменту, конкурентних стратегій, що впливають на ефективність, конкурентоспроможність та стійкість банку. Ефективна бізнес-модель формує основу його сталого розвитку, оскільки забезпечує максимізацію ринкової вартості банківського бізнесу за умови контрольованості рівня ключових ризиків.

В умовах несприятливого операційного середовища особливої ваги набуває питання трансформації бізнес-моделей банків, що мають бути адаптованими до умов екзогенного середовища та враховувати внутрішній потенціал установи. Основними екзогенними факторами трансформації на поточному етапі розвитку банківської системи є макроекономічні, нормативні та технологічні фактори, що генерують тригери для перебудови банківських бізнес-моделей. Суб'єкти банківського менеджменту також мають звертати увагу на ендогенні фактори, що можуть спричинити необхідність перебудови бізнес-моделі банку, а саме: фінансові та нефінансові параметри, що не відповідають цілям максимізації ринкової вартості банківського бізнесу за умови контрольованості ризиків та роблять банк надмірно чутливим до непередбачуваних змін в ендогенному середовищі.

Напрямом подальших досліджень є формалізація впливу факторів та виділення ключових тригерів, що мають призводити до керованої та контрольованої зміни бізнес-моделі банку.

### Література

1. Casadesus-Masanell R. From Strategy to Business Models and to Tactics [Electronic resource] / R. Casadesus-Masanell, J. R. Ricart // Long Range Planning. – 2010. №43. – P.195-215. Mode of access: [http://www.businessmodelcommunity.com/fs/root/80ex1-casadesus\\_et\\_ricart.pdf](http://www.businessmodelcommunity.com/fs/root/80ex1-casadesus_et_ricart.pdf). (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
2. Рашкован В. Кластерний аналіз бізнес-моделей українських банків: застосування нейронних мереж Кохонена [Електронний ресурс] / В. Рашкован, Д. Покідін // Вісник Національного банку України. – 2016. – № 238. – С. 13-40. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu\\_2016\\_238\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2016_238_4). (дата звернення 13.06.2017 р.). – Назва з екрана.
3. Стадник А. С. Розвиток концепції мікропруденційного банківського регулювання в Україні на основі запровадження аналізу бізнес-моделей банків [Електронний ресурс] / А.С. Стадник // Науковий погляд: економіка та управління. – 2017. – №2. – С. 107–115. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue\\_2017\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2017_2_11) (дата звернення 13.11.2017 р.). – Назва з екрана.
4. Костюк О. В. Перспективи банківської системи України у контексті трансформації моделі бізнесу європейських банків [Електронний ресурс] / О. В. Костюк // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2014. – Вип. 1. – С. 287-295. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepsru\\_2014\\_1\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepsru_2014_1_37). (дата звернення 18.06.2017 р.). – Назва з екрана.
5. Петрашко Л. П. Посткризова реструктуризація бізнес-моделей міжнародних банківських груп [Електронний ресурс] / Л. П. Петрашко, М. С. Цвіна // Інноваційна економіка. – 2014. – № 4. – С. 277-280. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2014\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_4). (дата звернення 18.06.2017 р.). – Назва з екрана.
6. Пантелєєва Н. М. Інноваційні бізнес-моделі банків як відповідь на виклики та наслідки фінансової кризи [Електронний ресурс] / Н.М.Пантелєєва // Фінансовий простір. – 2013. – № 3. – С. 70-76. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin\\_pr\\_2013\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2013_3_11). (дата звернення 15.06.2017 р.). – Назва з екрана.
7. Cavelaars P. Follow the money: What does the literature on banking tell prudential supervisors about bank business models / P.Cavelaars, J.Passenier // Journal of Financial Regulation and Compliance. – 2012. – Vol. 20, Issue 4. – P.402-416.
8. Ayadi R. Business Models in European Banking: A Pre-and Post-Crisis Screening [Electronic resource] / R. Ayadi, E. Arbak, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/business-models-european-banking-pre-and-post-crisis-screening/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
9. Ayadi R. Regulation of European Banks and Business Models: Towards a New Paradigm? [Electronic resource] / R. Ayadi, E. Arbak, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/regulation-european-banks-and-business-models-towards-new-paradigm/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
10. Ayadi R. Banking Business Models Monitor 2014: Europe [Electronic resource] / R. Ayadi, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: [SSRN: https://ssrn.com/2510323](https://ssrn.com/2510323). (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
11. Ayadi R. Banking Business Models Monitor 2015 Europe [Electronic resource] / R. Ayadi, W. Pieter De Groen, I. Sassi, W. Mathlouthi, H. Rey, O. Aubry // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/banking-business-models-monitor-2015-europe/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
12. Vagizova V. Посткризова реструктуризація бізнес-моделей міжнародних банківських груп [Electronic resource] /

- V.Vagizova, Ks.Lurie, Ih.Ivasiv // Problems and Perspectives in Management. – 2014. – Volume 12, Issue 1. – Mode of access: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/6109/1/Vagizova-Ivasiv.pdf>. (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
13. Алескеров Ф. Т. Анализ паттернов в статике и динамике, обзор литературы и уточнение понятия / Ф.Т.Алескеров, В.Ю.Белюсова, Л.Г.Егорова, Б.Г.Миркин // Бизнес-информатика. – 2013. – № 3(25). – С. 3–18.
14. Алескеров Ф. Т. Стереотипы поведения российских банков / Ф. Т. Алескеров, В. Ю. Белюсова, М. Ю. Сердюк, В. М. Солодков // Банковское дело. – 2008. – № 7. – С. 44-50.
15. Tomkus M. Identifying Business Models of Banks: Analysis of Biggest Banks from Europe and United States of America [Electronic resource] / M. Tomkus // Aarhus: Business and Social Sciences. – Mode of access: [http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/69715984/be\\_arendixu.pdf](http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/69715984/be_arendixu.pdf) (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
16. Исаев Р.А. Бизнес-инжиниринг и управление в коммерческом банке. – М.: ГОЛОС-ПРЕСС, 2009. – 318 с.
17. Лаптырев Д.А. Система управления финансовыми ресурсами банка: Процессы - задачи - модели - методы. – «БДЦ-пресс». 2005, 296 с.
18. Алескеров Ф.Т. Бизнес-модели российских банков: типология, структура, приверженность выбору / Ф.Т.Алескеров, В.Ю.Белюсова, Бондарчук П. К., Попова Е. С. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. 2012. – Вип. 34. – С. 37–49.

### References

1. Casadesus-Masanell R. From Strategy to Business Models and to Tactics [Electronic resource] / R. Casadesus-Masanell, J. R. Ricart // Long Range Planning. – 2010. #43. – R.195-215. Mode of access: [http://www.businessmodelcommunity.com/fs/root/80ex1-casadesus\\_et\\_ricart.pdf](http://www.businessmodelcommunity.com/fs/root/80ex1-casadesus_et_ricart.pdf). (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
2. Rashkovan V. Klasternyj analiz biznes-modelej ukrajinsjkykh bankiv: zastosuvannja nejronnykh merezh Kokhonona [Elektronnyj resurs] / V. Rashkovan, D. Pokidin // Visnyk Nacionalnogo banku Ukrainy. – 2016. – # 238. – S. 13-40. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu\\_2016\\_238\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2016_238_4). (data zvernennja 13.06.2017 r.). – Nazva z ekrana.
3. Stadnyk A. S. Rozvytok koncepciji mikroprudencijnogho bankivskogho rehuljuvannja v Ukraini na osnovi zaprovadzhennja analizu biznes-modelej bankiv [Elektronnyj resurs] / A.S. Stadnyk // Naukovyj pohljad: ekonomika ta upravlinnja. – 2017. - # 2. – S. 107–115. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue\\_2017\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2017_2_11) (data zvernennja 13.11.2017 r.). – Nazva z ekrana.
4. Kostjuk O. V. Perspektyvy bankivskojj systemy Ukrainy u konteksti transformaciji modeli biznesu jevropejsjkykh bankiv [Elektronnyj resurs] / O. V. Kostjuk // Socialjno-ekonomichni problemy suchasnogho periodu Ukrainy. – 2014. – Vyp. 1. – S. 287-295. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu\\_2014\\_1\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2014_1_37). (data zvernennja 18.06.2017 r.). – Nazva z ekrana.
5. Petrashko L. P. Postkryzova restrukturyzacija biznes-modelej mizhnarodnykh bankivsjkykh grup [Elektronnyj resurs] / L. P. Petrashko, M. S. Civyna // Innovacijna ekonomika. – 2014. – # 4. – S. 277-280. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2014\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_4). (data zvernennja 18.06.2017 r.). – Nazva z ekrana.
6. Pantjeljeva N. M. Innovacijni biznes-modeli bankiv jak vidpovidj na vyklyky ta naslidky finansovoji kryzy [Elektronnyj resurs] / N.M.Pantjeljeva // Finansovyj prostir. – 2013. – # 3. – S. 70-76. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin\\_pr\\_2013\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2013_3_11). (data zvernennja 15.06.2017 r.). – Nazva z ekrana.
7. Cavelaars P. Follow the money: What does the literature on banking tell prudential supervisors about bank business models / P.Cavelaars, J.Passenier // Journal of Financial Regulation and Compliance. – 2012. – Vol. 20, Issue 4. – R.402-416.
8. Ayadi R. Business Models in European Banking: A Pre-and Post-Crisis Screening [Electronic resource] / R. Ayadi, E. Arbak, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/business-models-european-banking-pre-and-post-crisis-screening/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
9. Ayadi R. Regulation of European Banks and Business Models: Towards a New Paradigm? [Electronic resource] / R. Ayadi, E. Arbak, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/regulation-european-banks-and-business-models-towards-new-paradigm/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
10. Ayadi R. Banking Business Models Monitor 2014: Europe [Electronic resource] / R. Ayadi, W. Pieter De Groen // Center for European Policy Studies. Mode of access: SSRN: <https://ssrn.com/2510323>. (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
11. Ayadi R. Banking Business Models Monitor 2015 Europe [Electronic resource] / R. Ayadi, W. Pieter De Groen, I. Sassi, W. Mathlouthi, H. Rey, O. Aubry // Center for European Policy Studies. Mode of access: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/banking-business-models-monitor-2015-europe/> (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
12. Vagizova V. Postkryzova restrukturyzacija biznes-modelej mizhnarodnykh bankivsjkykh grup [Electronic resource] / V.Vagizova, Ks.Lurie, Ih.Ivasiv // Problems and Perspectives in Management. – 2014. – Volume 12, Issue 1. – Mode of access: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/6109/1/Vagizova-Ivasiv.pdf>. (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
13. Aleskerov F. T. Analiz patternov v statyke y dynamyke, obzor lyteratury y utochnenye ponjatya / F.T.Aleskerov, V.Ju.Belousova, L.Gh.Eghorova, B.Gh.Myrkyn // Byznes-ynformatyka. – 2013. – # 3(25). – С. 3–18.
14. Aleskerov F. T. Stereotypy povedenija rossysjkykh bankov / F. T. Aleskerov, V. Ju. Belousova, M. Ju. Serdjuk, V. M. Solodkov // Bankovskoe delo. – 2008. – # 7. – С. 44-50.
15. Tomkus M. Identifying Business Models of Banks: Analysis of Biggest Banks from Europe and United States of America [Electronic resource] / M. Tomkus // Aarhus: Business and Social Sciences. – Mode of access: [http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/69715984/be\\_arendixu.pdf](http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/69715984/be_arendixu.pdf) (viewed on June 18, 2017). – Title from the screen.
16. Ysaev R.A. Byznes-ynzhynryngy y upravlenye v kommerche- skom banke. – М.: GhOLOS-PRESS, 2009. – 318 с.
17. Laptirev D.A. Systema upravlenija fynansovymy resursamy banka: Processy - zadachy - modely - metodi. – «BDC-press». 2005, 296 s.
18. Aleskerov F.T. Byznes-modely rossysjkykh bankov: typologyja, struktura, pryverzhennostj viboru / F.T.Aleskerov, V.Ju.Belousova, Bondarchuk P. K., Popova E. S. // Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskojj systemy Ukrainy. 2012. – Vyp. 34. – С. 37–49.

Рецензія/Peer review : 11.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 336.7

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-206-209

ДУДЧЕНКО В. Ю.  
Сумський державний університет

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

*У посткризовий період актуалізується роль національних фінансових інститутів, змінюються підходи до прозорості та підзвітності їх діяльності. Саме тому, доцільним є дослідження сучасного механізму забезпечення незалежності центрального банку в контексті аналізу факторів, що впливають на стан незалежності центрального банку та його складових, чому присвячена дана стаття. Теоретичним здобутком даного дослідження є виокремлення та систематизація елементів механізму забезпечення незалежності Національного банку України, що здійснений на основі дослідження зарубіжного досвіду забезпечення незалежності центрального банку; аналіз складових незалежності центральних банків відповідно до сучасної практики функціонування центральних банків країн з розвинутою ринковою економікою та Національного банку України.*

*Ключові слова: банківська систем; фінансова система; монетарна політика; рефінансування; процентна ставка; інфляція; ризик.*

DUDCHENKO V.  
Sumy State University

## CENTRAL BANK INDEPENDENCE ENSURING: FROM THEORY TO PRACTICE

*National economies' post-crisis functioning takes place under the impact of adverse factors, namely state finance imbalance, actions of systemic banking risks, slowing world trade pace, world financial markets volatility. National financial institutions' role is actualized within the post-crisis period, approaches to transparency and accountability of their activity are changed. Therefore, the research on the modern tool of central bank independence ensuring in terms of factors' analysis influencing central bank independence and its components is expedient and comprises the deal of this article. Theoretical findings of this research involve singling out and systematization of elements of the tool of National Bank of Ukraine independence ensuring that has been conducted on the basis of study of foreign experience of securing central bank independence study; analysis of central bank independence components in accordance with the modern practice of functioning of developed countries' central banks as well as National Bank of Ukraine.*

*Keywords: banking systems; financial system; monetary policy; refinancing; interest rate; inflation; risk.*

**Постановка проблеми.** Посткризовий період розвитку національних економік, який характеризується слабкою динамікою відновлення фінансового сектору, негативними прогнозами розвитку реального сектору ставить питання ефективності функціонування державних інституцій, дієвості їх інструментів, зокрема центрального банку та уряду. Загальна тенденція до збільшення повноважень центральних банків у посткризовий період у сфері забезпечення фінансової стабільності для економічного зростання ставить проблему підвищення відповідальності зазначеної установи та її підзвітності, що актуалізує питання дослідження стану незалежності центрального банку, забезпечення елементів незалежності центральних банків, виокремлення нових і трансформація існуючих критеріїв у нових умовах.

Зазначимо, що монетарна політика центральних банків розвинених країн направлена на забезпечення фінансової стабільності та сприяння економічному зростанню. Основна мета монетарної політики Національного банку України визначається у досягненні цінової стабільності. Центральний банк кожної країни має свої характеристики незалежності, деякі з яких закріплені на законодавчому рівні, інші сформовані під впливом зовнішніх чинників.

На сучасному етапі дослідження потребують наступні структурні складові незалежності центрального банку в аспекті аналізу особливих рис їх забезпечення в зарубіжних країнах та Україні: незалежність цілі, інструментальна незалежність, функціональна незалежність, фінансова незалежність, особиста незалежність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням особливостей забезпечення незалежності центрального банку присвячена незначна кількість робіт вітчизняних науковців, незважаючи на актуалізацію питання. Серед провідних вітчизняних науковців необхідно відзначити роботи Ковалко Н.М. з дослідження наукових підходів щодо складових елементів незалежності центрального банку [1], Міщенко В. з питання розвитку механізмів координації монетарної та бюджетної політики в контексті подолання наслідків банківської кризи [2], Пуховкіної М.Ф. в дослідженні питань незалежності Національного банку України та проблем монетарної політики в посткризовий період [3]. Серед зарубіжних науковців, серед сучасних наукових публікацій теоретичну та практичну цінність мають наукові доробки групи вчених Е. Баллса, Дж. Ховата, А. Стенсбарі в аспекті дослідження незалежності центральних банків у кризовий та посткризовий період [4]. Змістовними результатами дослідження впливу сучасних ризиків на стан складових незалежності центрального банку характеризується наукова робота зарубіжних науковців Дж. Хаана та С. Ейфінгера [5].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Недостатньо дослідженим залишається питання теоретичного обґрунтування складових елементів забезпечення незалежності центрального банку та особливостей їх реалізації у практиці функціонування центральних банків на сучасному етапі посткризового відновлення національних економік зарубіжних країн.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є виокремлення та систематизація елементів механізму забезпечення незалежності Національного банку України та аналіз складових незалежності центральних банків відповідно до сучасної практики функціонування центральних банків країн з розвинутою ринковою економікою та Національного банку України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Незалежність центрального банку залежить від сукупності факторів, практики функціонування фінансово-кредитної системи, що визначається як історичними особливостями так і економічним розвитком країни. Зокрема, спосіб вирішення конфліктів між органами влади визначає межі незалежності, що обмежуються ступенем захисту центрального банку від зовнішнього втручання.

Розглянемо стан забезпечення незалежності центральних банків на прикладі України та країн з розвинутою ринковою економікою за допомогою теоретичного аналізу наступних складових незалежності центрального банку:

1. Функціональна незалежність.
2. Особиста незалежність.
3. Фінансова незалежність.
4. Інституційна незалежність.

На сьогодні центральні банки більшості зарубіжних країн володіють достатнім ступенем функціональної незалежності, що відображається в самостійності встановлення цілі та виборі інструментів по забезпеченню її виконання.

В таблиці 1 наведені дані щодо поточних цілей монетарної політики центральних банків зарубіжних країн та Національного банку України та інструментів, що використовують інститути на шляху забезпечення виконання зазначених цілей.

Таблиця 1

**Основні характеристики сучасної монетарної політики центральних банків зарубіжних країн та Національного банку України**

Країна	Цілі монетарної політики	Основні інструменти та заходи монетарної політики
Великобританія	Фінансова стабільність, цінова стабільність, зайнятість	Банківський нагляд, макропруденційне регулювання, моніторинг системних ризиків
Європейський Союз	Фінансова стабільність, цінова стабільність,	Банківський нагляд
США	Забезпечення максимальної зайнятості та стабільного рівня цін	Моніторинг системних ризиків
Японія	Фінансова стабільність, цінова стабільність	Макропруденційне регулювання
Україна	Стабільність грошової одиниці	Облікова ставка

\*Джерело: складено автором за даними офіційних сайтів центральних банків

Функціональна незалежність центральних банків країн з розвинутою ринковою економікою сьогодні характеризується ширшим набором критеріїв, на що вплинуло застосування нетрадиційних інструментів монетарної політики, а саме: моніторинг системних ризиків, макропруденційне регулювання, банківський нагляд. Відбувається зростання впливу центральних банків у сфері макроекономічного регулювання та одночасно зобов'язань досліджуваних інститутів у досягненні стабільності фінансової системи, що актуалізує питання підвищення підзвітності та прозорості рішень центрального банку. Таким чином, функціональна незалежність, яка відображалася як незалежність цілей та незалежність інструментів, тобто у можливості самостійного обрання інструментів для досягнення цілей монетарної політики, розглядається з позиції взаємодії центрального банку та уряду в контексті координації та реалізації монетарної та фінансової політики.

Таким чином, посткризове розширення повноважень центральних банків розвинених країн, застосування інструментів нетрадиційної монетарної політики розширює бачення функціональної незалежності. Основними критеріями функціональної незалежності на сьогодні є:

- механізм прийняття рішень щодо використання нетрадиційних інструментів монетарної політики;
- поділ повноважень між центральним банком та урядом щодо забезпечення досягнення цілі фінансової стабільності та економічного зростання.

Функціональна незалежність Національного банку України реалізується через застосування традиційного інструменту монетарної політики – облікова ставка.

Зазначимо, що основа функціональної незалежності центрального банку – стабільні державні фінанси.

Особиста незалежність – даний структурний елемент стосується обрання, звільнення голови та органів правління центрального банку, самостійності прийняття ними рішень та підзвітності колегіальних

органів. Даний структурний елемент забезпечення незалежності центрального банку на сьогодні є найбільш суперечливим у практиці діяльності центральних банків та їх взаємодії з урядами країн. В таблиці 2 наведені основні характеристики сучасного періоду функціонування центральних банків досліджуваної груп країн в аспекті зростаючого політичного тиску.

Таблиця 2

### Забезпечення особистої незалежності центральних банків: сучасні політичні ризики

Країна	Інституційні зміни та політичний вплив
Європейський Союз	Критика у бік президента Європейського центрального банку (ЄЦБ) від політиків Німеччини та Нідерландів. Вимога голови правлячої християнсько-демократичної партії Німеччини щодо зміни монетарної політики ЄЦБ: досягнення цінової стабільності, відхід від політики занижених процентних ставок
США	Критика президента Дональда Трампа політики збільшення облікової ставки Федеральної резервної системи США та поновленню процесу купівлі облігацій. Критика політики керівника ФРС. Ризик нових призначень в структурі правління Федеральної резервної системи
Україна	Мітинги населення, узгодженість дій Ради Національного банку та Правління Національного банку, взаємодія Уряду та Національного банку в питаннях узгодження фінансової та монетарної політики

\*Джерело: складено автором

Основними критеріями, що відображають забезпечення особистої незалежності центрального банку є:

- термін повноважень;
- професійна кваліфікація;
- політична приналежність.

Вітчизняна практика реалізації особистої незалежності Національного банку України передбачає взаємодію Правління Національного банку та Ради Національного банку України. Дискусійним на сьогодні є питання збільшення повноважень Ради Національного банку України у частині контрольних функцій за рішенням Правління Національного банку України.

Актуальним для досліджуваної групи країн є збереження забезпечення незалежності у формуванні та реалізації політики, а не окремих посадових осіб.

Фінансова незалежність - даний структурний елемент стосується спроможності центрального банку виконувати покладені на нього функції в межах власних фінансових ресурсів. Основними критеріями, що відображають забезпечення фінансової незалежності є:

- право на формування та затвердження бюджету;
- розподіл прибутку;
- фінансова відповідальність наглядових органів;
- застосування правил бухгалтерського обліку.

Фінансова незалежність Національного банку України проявляється у самостійному формуванні власного кошторису для виконання покладених функцій.

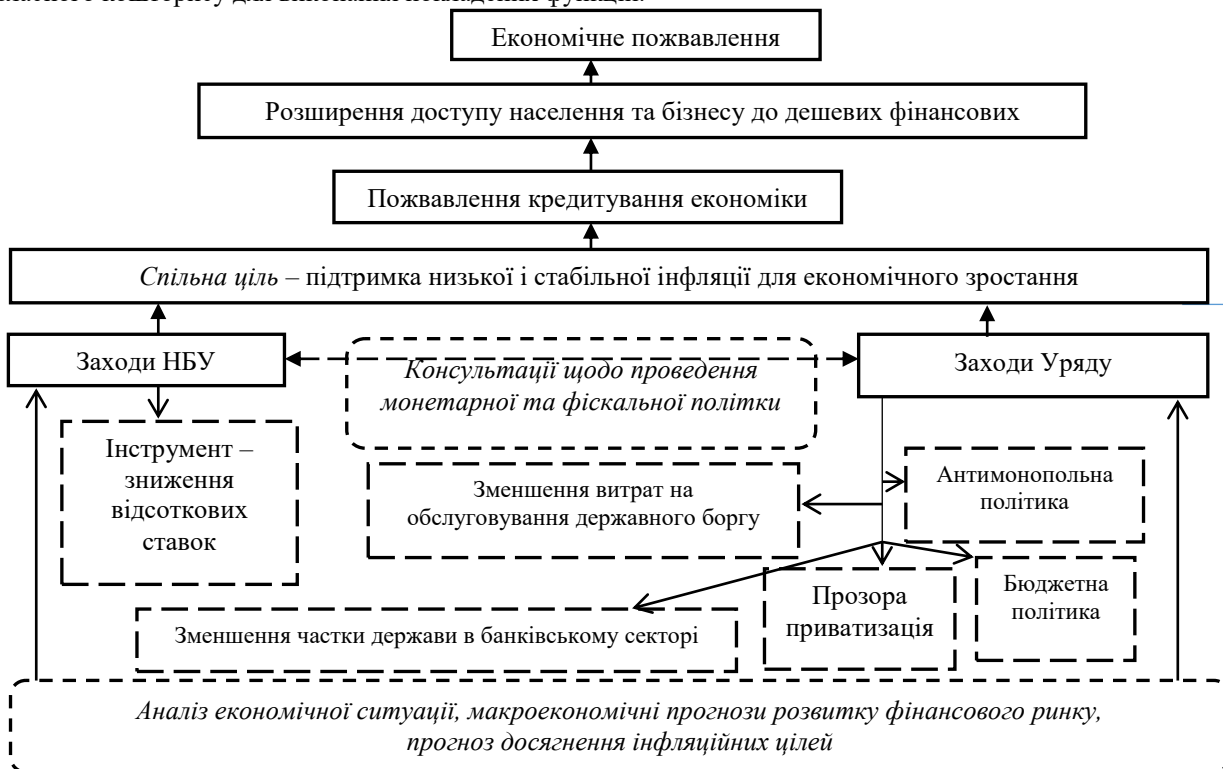


Рисунок 1. Схематичне зображення базового процесу координації дій Уряду та Національного банку



Експерти відзначають, що на сьогодні монетарна політика Національного банку України направлена на забезпечення високої вартості грошей, що сприяє зниженню інфляції, однак не сприяє підвищенню зростання економіки України, а облікова ставка є основним, але обмеженим в дії на практиці інструментом монетарної політики. Саме тому, структурні реформи уряду мають проводитися в узгодженості з визначеними цілями та інструментами Національного банку України.

На рисунку 1 (див. рис. 1) показано взаємозв'язок цілей та інструментів Національного банку України та Уряду, як базовий процес координації та узгодженості монетарної та фінансової політики на сучасному етапі функціонування національної економіки.

Таким чином, на сьогодні, важливими елементами в механізмі забезпечення незалежності центрального банку є:

- участь центрального банку в пруденційному нагляді;
- зв'язок між незалежністю та підзвітністю;
- взаємозв'язок монетарної та фінансової політики, як складових економічної політики держави.

**Висновки.** За результатами дослідження зроблено наступні висновки:

у посткризовий період, до пріоритетних цілей центральних банків країн з розвинутою ринковою економікою відноситься забезпечення фінансової стабільності. Активне використання нестандартних заходів монетарної політики вплинуло на трансформацію складових та механізму забезпечення незалежності центральних банків;

стан забезпечення незалежності центральних банків характеризується наступними складовими, які є актуальними на сьогодні: функціональна незалежність, особиста незалежність, фінансова незалежність, інституційна незалежність.

важливими елементами в сучасному механізмі забезпечення незалежності центральних банків країн з розвинутою ринковою економікою є: участь центрального банку в пруденційному нагляді; зв'язок між незалежністю та підзвітністю; взаємозв'язок монетарної та фінансової політики, як складових економічної політики держави.

### Література

1. Ковалко Н.М., Ястребова О.В. Феномен незалежності Національного банку України як ключовий критерій ефективності грошово-кредитної політики держави [Текст] / Н.М. Ковалко, О.В. Ястребова // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Юридичні науки. - 2017. - №3 (25). – С. 179-183.
2. Міщенко В. І. Розвиток механізмів координації монетарної та бюджетної політики в контексті подолання наслідків банківської кризи [Текст] / В. І. Міщенко, С. В. Міщенко // Фінансово–кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2017. - № 1 (22). - С. 423-431.
3. Пуховкіна М.Ф. Незалежність центрального банку [Текст] / М.Ф. Пуховкіна // Фінанси, облік і аудит. - 2011. - №18. – С. 183-189.
4. Ed Balls, James Howat, Anna Stansbury Central Bank Independence Revisited: After the financial crisis, what should a model central bank look like? [Electronic resource]. - 2016. - Retrieved from: [https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/67\\_central.bank.v.2.pdf](https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/67_central.bank.v.2.pdf)
5. Jakob de Haana, Sylvester Eijffinger The politics of central bank independence [Electronic resource]. 2016. - Retrieved from: [https://www.dnb.nl/en/binaries/Working%20paper%20539\\_tcm47-350814.pdf](https://www.dnb.nl/en/binaries/Working%20paper%20539_tcm47-350814.pdf)

### References

1. Kovalko N.M., Yastrebova O.V. Fenomen nezalezhnosti Nacionalnogo banku Ukrayini yak klyuchovij kriterij effektivnosti groshovo-kreditnoyi politiki derzhavi [Tekst] / N.M. Kovalko, O.V. Yastrebova // Mizhnarodnij naukovij zhurnal «Internauka». Yuridichni nauki. - 2017. - №3 (25). – S. 179-183.
2. Mishenko V. I. Rozvitok mehanizmv koordinaciyi monetarnoyi ta byudzhethnoyi politiki v konteksti podolannya naslidkiv bankivskoyi krizi [Tekst] / V. I. Mishenko, S. V. Mishenko // Finansovo–kreditna diyalnist: problemi teorii ta praktiki. – 2017. - № 1 (22). - S. 423-431.
3. Puhovkina M.F. Nezalezhnist centralnogo banku [Tekst] / M.F. Puhovkina // Finansi, oblik i audit. - 2011. - №18. – S. 183-189.
4. Ed Balls, James Howat, Anna Stansbury Central Bank Independence Revisited: After the financial crisis, what should a model central bank look like? [Electronic resource]. - 2016. - Retrieved from: [https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/67\\_central.bank.v.2.pdf](https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/67_central.bank.v.2.pdf)
5. Jakob de Haana, Sylvester Eijffinger The politics of central bank independence [Electronic resource]. 2016. - Retrieved from: [https://www.dnb.nl/en/binaries/Working%20paper%20539\\_tcm47-350814.pdf](https://www.dnb.nl/en/binaries/Working%20paper%20539_tcm47-350814.pdf)

Рецензія/Peer review : 19.10.2018 Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК: 005.332.4:502:330.567.2

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-210-214

КОРОБЕЦЬ О. М.

Сумський державний університет

## МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ГОТОВНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ПРИДБАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЕКОЛОГІЧНООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті наведено огляд основних факторів, що впливають на готовність споживачів платити більше за екологічно чисті продукти. Сформовано та проаналізовано основні маркетингові інструменти впливу на купівельний вибір споживачів. У дослідженні розглядаються підприємства, які позиціонують себе як екологоорієнтовані на основі застосування системи управління екологічними ризиками. Такі підприємства повинні швидко вивчати та досліджувати нові шляхи позиціонування своєї діяльності у свідомості споживача для збереження власної конкурентоспроможності на ринку. Застосування екологоорієнтованої концепції на підприємствах не обмежується лише розробкою стратегічного компонента, орієнтованого на екологічні проблеми, або просто застосування стандартів, а повинен передбачати розробку комплексної системи ефективного управління. Саме ця умова створює сприятливі умови забезпечення конкурентних переваг. Система управління підприємств повинна максимально спрямовувати свою діяльність на збалансування можливостей екологоорієнтованого виробництва, та потреби споживачів. Визначено, що готовність споживачів підтримувати екологічно спрямовану політику підприємств, дає для них стимул збільшувати свої конкурентні переваги. За результатами дослідження зроблений висновок про актуальність і необхідність споживачів підтримувати екологічно спрямовану політику підприємств.

Ключові слова: споживачі, екологічний ризик, підприємство, позиціонування, конкурентні переваги.

KOROBETS O.

Sumy State University

## MARKETING INSTRUMENTS FOR EVALUATION OF CONSUMER READING FOR THE PURCHASE OF ENVIRONMENTALLY ORIENTED ENTERPRISES

*This article provides an overview of the main factors affecting consumers' willingness to pay more for environmentally friendly products. The basic marketing tools for influencing consumer purchasing choices have been formed and analyzed. The study examined companies that position themselves as eco-oriented based application of environmental risk management. Such enterprises need to quickly explore and explore new ways of positioning their activities in the mind of the consumer in order to maintain their competitiveness in the market. The application of an eco-friendly concept in enterprises is not limited to the development of a strategic component focused on environmental issues or simply the application of standards, but should envisage the development of a comprehensive system of effective management. It is this condition that creates favorable conditions for competitive advantage. The enterprise management system should focus as much as possible on balancing the capabilities of environmentally-friendly production with the needs of consumers. It is determined that the willingness of consumers to support environmentally oriented enterprise policy gives them an incentive to increase their competitive advantages. According to the results of the study, it is concluded that the relevance and necessity of consumers to support the environmentally oriented enterprise policy.*

*Keywords: consumers, environmental risk, enterprise, positioning, competitive advantages.*

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах, які динамічно змінюються підприємства повинні відрізнитися від своїх конкурентів щоб вижити та ефективно проводити власну діяльність. Для того, щоб перевершити один одного, вони шукають методи, що могли б правильно передбачити зміни на ринку та забезпечити найкращі результати. Задоволення клієнтів є основою діяльності будь-якого підприємства. Вся їх діяльність спрямована на задоволення потреб споживачів власної продукції. За останні кілька десятиліть стрімкий економічний розвиток запропонував кращу якість життя. Однак зростає і стурбованість проблемами довкіллям – зміни клімату, виснаження природних цінностей, посилення забруднення, фінансовий дисбаланс серед різних верств населення, та інше. Тому споживачі все частіше усвідомлюють необхідність більш відповідальних закупівель, і звертають увагу на продукцію підприємств, що поводять екологоорієнтовану діяльність.

Споживачі готові переключитися на продукцію з екологічних причин і припинити купувати продукцію у підприємств, що спричиняють забруднення. Цим самим вони підштовхують підприємства до переорієнтації своєї діяльності при виробництві продукції. Одним з найбільш ефективних способів запобігання негативних наслідків на довкілля є їх попередження.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій.** У дослідженні розглянуті питання стійких конкурентних переваг підприємств сучасного ринку на основі досліджень Б. Фатемі та К. Ситніков. Данні дослідження виділяють перелік екологічних проблем, які все більше стосуються конкурентного підходу підприємства. Так підприємства можуть отримати додаткові конкурентну перевагу, керуючи змінними довкілля та розробляючи і впроваджуючи «зелені» маркетингові стратегії. В роботі К. Ситніков зосереджується на створенні матричної моделі вибору оптимальної стратегії зеленого маркетингу, яка буде орієнтована на конкурентну перевагу. Також, в дослідженнях увага приділяється аналізу наслідків, що можуть бути спричинені в рамках підприємства шляхом прийняття екологічної маркетингової стратегії та її ролі у просуванні екологічних переваг продукції.

Емпіричний аналіз факторів, що впливають на екологічну поведінку споживачів проведено на основі робіт Е. Фрай, Н. Сукі, А. Харе, М. Ларош, Ю. Паваскар. Е. Фрай в своєму дослідженні виділяє споживачів, які готові обирати продукцію за екологічними причинами і припинити купувати продукцію підприємств, що спричиняють забруднення. Дослідження покращує розуміння того, як поведуються споживачі та які погляди найкраще визначають спосіб їх поведінки стосовно екологічних проблем. А. Харе приділяє увагу вивченню впливу минулих екологічних ставлень, соціальних та особистих екологічних норм, соціального впливу та зеленої самоідентичності на поведінку покупців зеленої продукції. Однак у дослідженні не було зосереджено жодної конкретної марки чи категорії товарів. Ю. Паваскар виділяє фактори, що впливають на відповідальність за навколишнє середовище споживачів, використовуючи підхід до моделювання структурного рівняння. Проаналізовано чотири виміри екологічно відповідального типу споживання – думка та переконання, готовність, обізнаність та здатність діяти.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є розкриття проблем готовності споживачів до придбання продукції підприємств, які позиціонують свою діяльність на основі управління екологічними ризиками.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних бізнес-середовищах, підприємствам потрібно бути більш адаптованими для досягнення стійкої конкурентної переваги та отримання більших прибутків. Конкурентна перевага підприємства – це, по-перше, довгострокова перевага, а не тимчасова [1, 2].

Для забезпечення стійкої конкурентної переваги на підприємстві повинна використовуватися ефективна система управління [3]. Система менеджменту з одного боку повинна враховувати інтереси всіх стейкхолдерів сучасного ринку, а з іншого сприяти мінімізації наявних у підприємства ризиків, у тому числі екологічних.

Ризики є об'єктивним і неминучим фактором будь-якої господарської діяльності. Тому управління ризиками повинно бути направлено на максимізацію позитивних і мінімізацію негативних наслідків настання непередбачених подій. Особливо коли питання стосується впливу на навколишнє середовище.

За останні десятиліття стурбованість станом довкілля зростає. Спочатку люди були зацікавлені у вивченні проблеми навколишнього середовища. Але згодом, споживачі усвідомили своє місце в ланцюгу екологічного виробництва, та стали надавати переваги підприємствам, що виробляють екологічно чисту продукцію або застосовують екологічні технології. Вони усвідомили, що охорона навколишнього середовища – це не лише завдання підприємств, але й їх відповідальність як споживачів. Тому, коли споживачі вирішують купувати певні товари замість інших, вони впливають на пропозицію товарів, щоб екологічна продукція залишалася на ринку, а ті, що не є екологічними, зникали [4].

Наразі, підприємства повинні швидко вивчати та досліджувати нові шляхи позиціонування своєї екологоорієнтованої діяльності у свідомості споживача для збереження власної конкурентоспроможності на ринку. Таке позиціонування підприємств включає набір атрибутів та переваг, пов'язаних зі зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище та створення позитивного враження на споживачів, викликаючи їх екологічну стурбованість [5, 6].

Дослідження говорять про те, що на готовність споживачів платити більше за екологічно чисті продукти впливає ряд факторів. Розглянемо короткий огляд літератури, присвячений поведінці споживачів екологічно чистої продукції, що готові платити більше за неї [7, 8, 9].

**Демографічні характеристики споживачів**

Зусилля щодо виявлення екологічно чистих споживачів можна простежити на початку 1970-х. Берковіц і Люттерман, а також Андерсон і Каннінгем були першими у вивченні профілю соціально відповідальних споживачів. В цілому їхні сукупні результати зображають жінку, до середнього віку, з високим рівнем освіти та вище середнього соціально-економічним статусом.

За останні десятиліття результати Берковіц і Люттерман та Андерсон і Каннінгем іноді підтримувались, але часто й ні. Так, деякі дослідження показали, що жінки, як правило, є більш екологічно свідомими, ніж чоловіки (Макінтайр; Банерджі та МакКідж). Однак Рейзенштейн встановив, що лише чоловіки готові платити більше за контроль забруднення повітря, а Балдерджан повідомив, що взаємозв'язок між екологічно свідомим ставленням та споживанням продуктів, що не забруднюють довкілля, є більш інтенсивним серед чоловіків, ніж серед жінок.

Після дослідження Берковіц і Люттерман, Геніон також вважав, що споживачі із середнім або високим рівнем доходів швидше відгукнуться до соціальних проблем. Однак результати не підтвердили його гіпотезу: екологічно чиста поведінка була послідовною для всіх груп доходів. Більше того, Сандал і Робертсон встановили, що екологічно свідомий споживач є менш освіченим та має нижчий дохід, ніж середній. Це змусило їх зробити висновок, що дохід та освіта не є хорошими прогнозами екологічного придбання.

Також дослідження визначили, що споживач екологічної продукції є молодшим за середній вік (Берковіц і Люттерман; Андерсон і Каннінгем; Ван Ліре і Данлап). Ця тенденція змінювалася за останні десятиліття, а деякі дослідження визначили, що споживач є старшим середнього (Сандал і Робертсон; Ван Ліре і Данлап).

Хоча більшість висновків про демографічний вплив споживачів щодо їх екологічно свідомої поведінки були суперечливі (Робертс), вони дали значний поштовх для подальших досліджень.

### **Знання споживачів та обізнаність**

Знання визнаються у споживчих дослідженнях як характеристика, яка впливає на всі фази у процесі прийняття рішення. Зокрема, знання – це відповідна та значна конструкція, яка впливає на те, як споживачі збирають та організовують інформацію (Альба і Хатчінсон), скільки інформації використовується при прийнятті рішень (Брукс) та як споживачі оцінюють товари та послуги (Мюррей і Шлактер).

Але, знову ж таки, емпірична підтримка впливу знань споживачів про навколишнє середовище на їх екологічно сприятливу поведінку суперечлива. З одного боку, Малоні та Уорд говорять про відсутність значного зв'язку між знаннями про навколишнє середовище та екологічною поведінкою. З іншого боку, Вінінг і Ебрео, а також Чан показали, що знання про екологічні проблеми є важливим фактором екологічно чистої поведінки. Амікс навіть встановив, що люди, які добре знають екологічні проблеми, готові платити більшу ціну за «зелену» продукцію.

### **Цінність споживачів**

Шварц визначає людські цінності як бажані цілі, різні за значенням, які служать керівними принципами в житті людей. Маккарті та Шрум вважають, що цінності впливають на поведінку, яка спрямована на загальне або суспільне благо.

За Тріандіс, дві основні цінності, що впливають на поведінку споживачів – це індивідуалізм і колективізм. З одного боку, індивідуалізм являє собою те, наскільки людина зосереджена на своєму незалежному «Я». Індивідуалістичні люди беруть участь у добровільних асоціаціях, і вони гарантують, що залишаються окремими особами, навіть коли вони належать до груп. Вони також змагаються з іншими за статус, що набагато більше залежить від їх досягнень, ніж від членства в їх групі. Цей тип особистості не дуже сприяє екологічності. З іншого боку, колективізм передбачає співпрацю, корисність та врахування цілей групи щодо особистості. Бути колективістом означає, що можна відмовитися від індивідуальних мотивів до того, що є корисним для групи. Тріандіс та Маккарті і Шрума дозволяють припустити, що колективістські люди прагнуть бути доброзичливішими до навколишнього середовища, а індивідуалістичні люди навпаки є більш недоброчливими.

### **Ставлення споживачів**

Дві найбільш вивчені погляди в екологічній літературі щодо екологічно чистої поведінки – це важливість і незручність. Амікс визначають сприйнятту важливість щодо навколишнього середовища як ступінь, в якому висловлюють стурбованість екологічними проблемами. Іншими словами, важливим є лише те, чи сприймають споживачі екологічну поведінку як важливу для себе або для суспільства в цілому. Незручність стосується того, наскільки незручно буде сприйматися для індивіда поведінка в екологічно сприятливих умовах.

Також за даними Банерджі та МакКідж, споживачі зеленого кольору твердо вірять, що поточні умови навколишнього середовища погіршуються і представляють серйозні проблеми, що стоять перед безпекою світу. Вебстер виявив, що соціально свідомий споживач сильно відчуває, що він може щось зробити щодо забруднення, і намагається врахувати соціальний вплив своєї поведінки на покупку.

### **Поведінка споживачів**

Сухард і Полонський передбачають, що екологічно свідомі споживачі намагатимуться захищати довкілля різними способами (наприклад, переробкою, перевіркою того, що упаковка виготовлена з вторинної сировини, закупівля лише зеленої продукції). Однак не ясно, як бажання споживачів витратити більше на «зелений» продукт буде співвідноситись з іншими екологічно сприятливими формами поведінки. Пікетт заявляє, що маркетологи повинні проявляти обережність, намагаючись поширити екологічні ініціативи від однієї екологічно свідомої поведінки до іншої. Наприклад, ті споживачі, які переробляють папір, не можуть бути тими ж споживачами, які купують перероблений рукописний папір.

Наглядно класифікація факторів, які можуть вплинути на готовність споживачів платити більше за екологічно чисті продукти, за категоріями переваги [10, 11, 12] зображено на рис. 1.

Людей, які витрачають гроші на придбання екологічно чистої продукції та мають високу екологічну свідомість і рівень знань, називають екологічними замовниками.

Система управління підприємства повинна максимально спрямовувати свою діяльність на збалансування можливостей екологоорієнтованого виробництва, та потреби споживачів. Готовність споживачів підтримувати екологічно спрямовану політику підприємств, та дає для них стимул збільшувати свої конкурентні переваги [13, 14, 15]:

Можливості. Зміни в економічній та екологічній сферах можна вважати можливостями підприємств отримати додаткові конкурентну перевагу в порівнянні з тими, які не приділяють увагу екологічним показникам.

Конкурентний тиск. Головною позицією діяльності підприємства є бажання зберегти свої конкурентні переваги. Вплив деяких підприємств може спричинити великі зміни в галузі або на ринку, що мають позитивні або негативні наслідки для навколишнього середовища.

Соціальна відповідальність. Підприємства усвідомлюють, що вони є членами більш широкої спільноти, і тому повинні бути відповідальними за довкілля та інтегрувати цей компонент у свою корпоративну культуру.

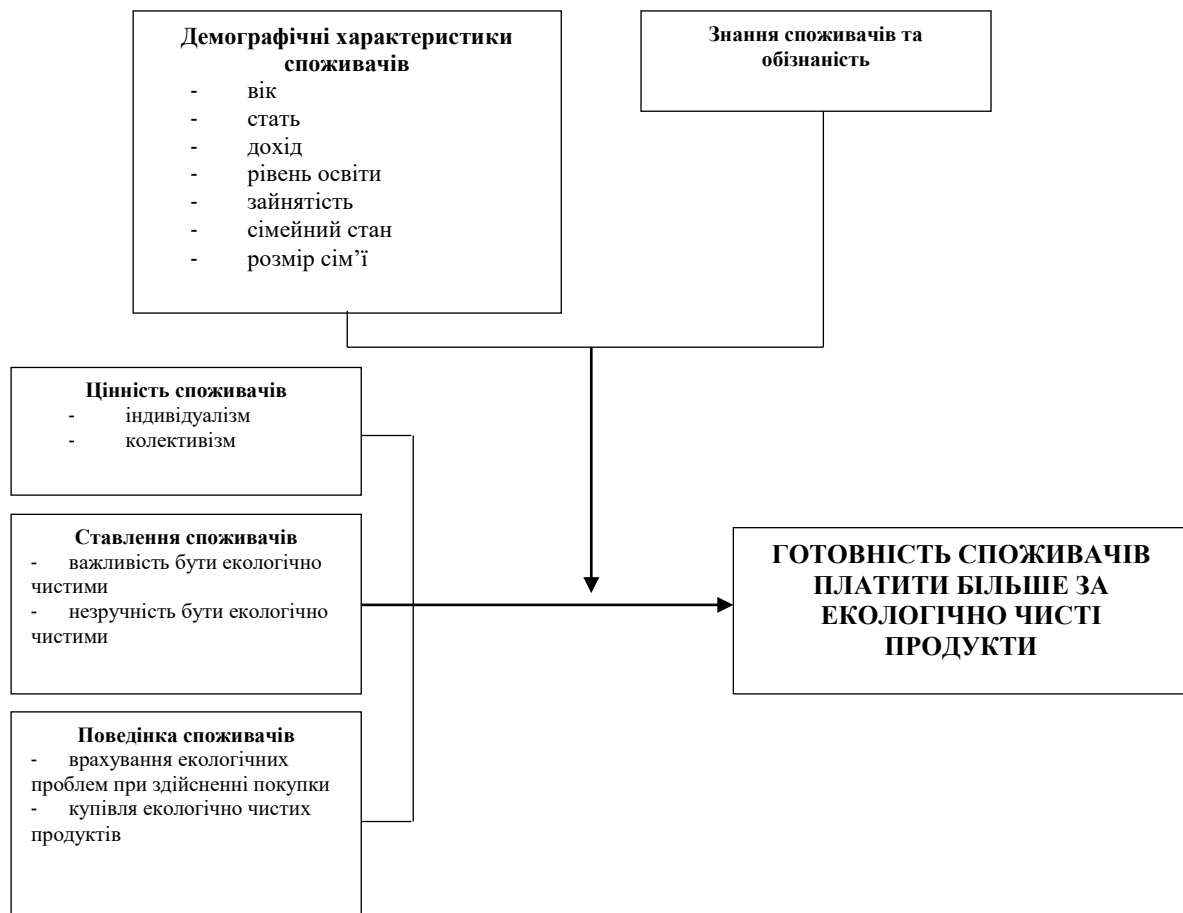


Рис. 1 Класифікація факторів, які можуть вплинути на готовність споживачів платити більше за екологічно чисті продукти

**Висновки.** Споживачі скеровують турботу про навколишнє середовище через попит на екологічно чисту продукцію, і цей рух розширюється по всьому світу завдяки посиленню обізнаності.

Підприємства докладають справжніх зусиль для збереження довкілля. Застосування екологоорієнтованої концепції на підприємствах не обмежується лише розробкою стратегічного компонента, орієнтованого на екологічні проблеми, або просто застосування стандартів, а повинен передбачати розробку комплексної системи ефективного управління. Саме ця умова створює сприятливі умови забезпечення конкурентних переваг.

Підприємства, які використовують екологоорієнтовані технології, намагаються вийти за межі традиційних кордонів екологічної безпеки. Вони просувають фундаментальні цінності навколишнього середовища, орієнтуючись при цьому на потреби сучасних споживачів.

**Фінансування.** Дослідження фінансувалось грантом Міністерства освіти і науки України (№0117U003932)

### Література

1. Fatemi, B., Mirabi, V., Ranjbar, M. H., & Vazeifehdoust, H. (2016). Designing and testing the strategic entrepreneurship model, using marketing mix elements and its role in sustainable competitive. *Ioab journal*, 7, 276-284.
2. Huang, R., & Sarigöllü, E. (2014). How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. In *Fashion Branding and Consumer Behaviors* (pp. 113-132). Springer, New York, NY.
3. Люлєв, А. В. (2010). Научные аспекты понятия "стратегия развития предприятия". *Молодой ученый*, (10), 88-92.
4. Fraj, E., & Martinez, E. (2007). Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *International journal of consumer studies*, 31(1), 26-33.
5. Suki, N.M. (2016). Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *British Food Journal*. Vol. 118 No. 12, pp. 2893-2910.
6. Корінев, В.Л., & Кірик, В.В. (2010). Вплив цінових змін на поведінку споживачів при стратегічному ціноутворенні на генеричні товари. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (1), 11-20.
7. Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503-520.
8. Khare, A. (2015). Antecedents to green buying behaviour: a study on consumers in an emerging economy. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 Issue: 3, pp.309-329.
9. Борисова, Т.М. (2014). Економічні та соціальні передумови маркетингу вітчизняної некомерційної сфери. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (1), 213-222.
10. Pawaskar, U.S., Raut, R.D., & Gardas, B.B. (2018). Assessment of consumer behavior towards environmental responsibility: a structural equations modeling approach. *Business Strategy and the Environment*, 27(4), 560-571.

11. Sitnikov, C.S., Vasilescu, L., Ogarcă, R., & Tudor, S. (2015). Matrix model for choosing green marketing sustainable strategic alternatives. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(40), 909-926.
12. Сабадаш, В. В., Сабадаш, В. В., Люльов, О. В., & Люлев, А. В. (2012). Науково-методичні підходи до розроблення варіантів ефективної стратегії розвитку підприємства / Сабадаш В.В., Люльов О. В. // *Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств: монографія*. – Суми: ВВП «Мрія-1» ТОВ, 2010. – С. 392-412.
13. Dembkowski, S., & Hanmer-Lloyd, S. (1994). The environmental value-attitude-system model: A framework to guide the understanding of environmentally-conscious consumer behaviour. *Journal of marketing management*, 10(7), 593-603.
14. Heinrichs, J. H., & Lim, J. S. (2008). Impact of marketing model application and competitive intelligence utilization on strategic response capability. *Journal of Strategic Marketing*, 16(2), 91-110.
15. Najev Čačija, L. (2013). Fundraising in the context of nonprofit strategic marketing: Toward a conceptual model. *Management: journal of contemporary management issues*, 18(1), 59-78.

## References

1. Fatemi, B., Mirabi, V., Ranjbar, M. H., & Vazeifehdoust, H. (2016). Designing and testing the strategic entrepreneurship model, using marketing mix elements and its role in sustainable competitive. *Iioab journal*, 7, 276-284.
2. Huang, R., & Sarigöllü, E. (2014). How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. In *Fashion Branding and Consumer Behaviors* (pp. 113-132). Springer, New York, NY.
3. Lyulyov, A.V. (2010). *Nauchnyie aspektyi ponyatiya "strategiya razvitiya predpriyatiya"*. *Molodoy uchenyy*, (10), 88-92.
4. Fraj, E., & Martinez, E. (2007). Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *International journal of consumer studies*, 31(1), 26-33.
5. Suki, N.M. (2016). Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *British Food Journal*. Vol. 118 No. 12, pp. 2893-2910.
6. KorinEv, V.L., & Klrik, V.V. (2010). Vpliv tsinovih zmIn na povedlnku spozhivachIv pri strategIchnomu tsInoutvorenI na generichnI tovari. *Marketing I menedzhment InnovatsIy*, (1), 11-20.
7. Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503-520.
8. Khare, A. (2015). Antecedents to green buying behaviour: a study on consumers in an emerging economy. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 Issue: 3, pp.309-329.
9. Borisova, T.M. (2014). EkonomIchnI ta sotsIalnI peredumovi marketizatsIYi vItchiznyanoYi nekomertsIynoYi sferi. *Marketing I menedzhment InnovatsIy*, (1), 213-222.
10. Pawaskar, U.S., Raut, R.D., & Gardas, B.B. (2018). Assessment of consumer behavior towards environmental responsibility: a structural equations modeling approach. *Business Strategy and the Environment*, 27(4), 560-571.
11. Sitnikov, C.S., Vasilescu, L., Ogarcă, R., & Tudor, S. (2015). Matrix model for choosing green marketing sustainable strategic alternatives. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(40), 909-926.
12. Sabadash, V. V., Sabadash, V. V., Lyulov, O. V., & Lyulev, A. V. (2012). *Naukovo-metodichnI pldhodi do rozroblennya varIantIv efektivnoYi strategIYi rozvitku pIdpriEmstva / Sabadash V.V., Lyulov O. V.* // *EkonomIchne obGruntuvannya reInzhinIringu bIznes-protsesIv virobnychih pIdpriEmstv: monografIya*. – Sumi: VVP «MrIya-1» TOV, 2010. – S. 392-412.
13. Dembkowski, S., & Hanmer-Lloyd, S. (1994). The environmental value-attitude-system model: A framework to guide the understanding of environmentally-conscious consumer behaviour. *Journal of marketing management*, 10(7), 593-603.
14. Heinrichs, J. H., & Lim, J. S. (2008). Impact of marketing model application and competitive intelligence utilization on strategic response capability. *Journal of Strategic Marketing*, 16(2), 91-110.
15. Najev Čačija, L. (2013). Fundraising in the context of nonprofit strategic marketing: Toward a conceptual model. *Management: journal of contemporary management issues*, 18(1), 59-78.

Рецензія/Peer review : 02.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 336.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-215-218

МОЛОТОК І. Ф.  
Сумський державний університет

## ВИЗНАЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН – ОРІЄНТИРІВ У КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

*У статті проаналізовано ефективність функціонування системи міжбюджетних відносин в Україні та унітарних країнах Європи (Чехія, Данія, Естонія, Франція, Угорщина, Італія, Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Словенія) на основі трьох ключових показників ефективності – співвідношення доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країни; співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів; співвідношення видатків місцевих бюджетів до видатків зведеного бюджету країни. Аналіз динаміки кожного з індикаторів протягом 2010-2017 рр. дозволи формалізувати лідерів та аутсайдерів у розрізі обраної географічної вибірки. Крім того, застосування кластерного аналізу за трьома обраними параметрами, реалізованого за допомогою програмного продукту Stata, дало можливість ідентифікувати країни, досвід яких в першу чергу має бути більш глибоко проаналізовано та враховано у процесі здійснення реформ в Україні (Чехія, Латвія, Італія, Франція, Польща та Словенія).*

*Ключові слова: бюджет, міжбюджетні відносин, фінансова автономія органів місцевого самоврядування, фінансова самодостатність місцевих бюджетів.*

МОЛОТОК І.  
Sumy State University

## IDENTIFICATION OF BENCHMARK EUROPEAN COUNTRIES' EXPERIENCE IN TERMS OF REFORMING INTERGOVERNMENTAL RELATIONS IN UKRAINE

*The system of local finances in Ukraine at the present stage of development is undergoing radical transformations, which is due to the launch of the reform of financial decentralization in parallel with the reform of the system of public finances and inter-budgetary relations. At the same time, despite the existence of certain positive changes, the level of financial self-sufficiency of local governments still remains unsatisfactory, which requires further, deeper theoretical and empirical research in this direction. In particular, the improvement of domestic practice of inter-budgetary relations taking into account the best European experience (is especially important in the context of Ukraine's European integration vector), but not spontaneously, but on a clearly scientifically sound basis.*

*The article is aimed to analyse the effectiveness of the functioning of the system of intergovernmental relations in Ukraine and unitary countries of Europe (Czech Republic, Denmark, Estonia, France, Hungary, Italy, Latvia, Lithuania, Poland, Slovakia, Slovenia) on the basis of three key performance indicators - consolidated government expenditure as percentage of total general government expenditure (consolidated); consolidated government revenue as percentage of total general government revenue (consolidated); tax revenue as percentage of total general government tax revenue. The analysis of the dynamics of each of the indicators during 2010-2017 allowed us to formalize leaders and outsiders in the context of the selected geographical sample. In addition, the use of cluster analysis using this three key performance indicators, implemented with the help of the Stata software, made it possible to identify the countries whose experience should be firstly analysed and taken into account in the reform process in Ukraine (Czech Republic, Latvia, Italy, France, Poland and Slovenia).*

*Keywords: budget, intergovernmental relations, financial autonomy of local governments, financial self-sufficiency of local budgets.*

**Постановка завдання.** Система місцевих фінансів в Україні на сучасному етапі розвитку зазнає кардинальних трансформацій, що обумовлено запуском реформи фінансової децентралізації паралельно з реформуванням системи публічних фінансів та міжбюджетних відносин. Разом з тим, попри існування певних позитивних зрушень, рівень фінансової самодостатності органів місцевого самоврядування досі залишається незадовільним, що потребує подальших, більш глибоких теоретичних та емпіричних пошуків у даному напрямку. Зокрема, актуальності набуває удосконалення вітчизняної практики міжбюджетних відносин з урахуванням кращого європейського досвіду (є особливо важливим в умовах євроінтеграційного вектору України), проте не стихійно, а на чітко науково обґрунтованих засадах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблематики реформування системи міжбюджетних відносин присвячено праці таких вітчизняних та закордонних науковців: М.В. Ливдар, О.В. Пелехата, М. А. Івахів [1], О.М. Грубляк, М.В. Карвацький [2], Н.І. Власюк [3], Х. Бльохлігер, К. Карбіт [4], В. П. Задорожний [5] та ін., проте дані дослідження де в чому мають фрагментарний характер, а також частково втрачають свою актуальність з плином часу та перманентною трансформацією цієї сфери в Україні та світі.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Таким чином, виникає необхідність аналізу сучасного стану міжбюджетних відносин в Україні та країнах Європи, а також визначення країн, досвід яких доцільно використати при реформуванні цієї системи в нашій державі.

**Постановка завдання.** Визначення кластеру європейських країн-орієнтирів для України у напрямку удосконалення системи міжбюджетних відносин.

**Виклад основного матеріалу.** Бюджетний кодекс України [6] визначає міжбюджетні відносини як взаємозв'язки та взаємодію між бюджетами різних рівнів, що виникають у зв'язку з необхідністю

формування фінансової бази їх функціонування задля виконання відповідних видаткових повноважень. Таким чином, ці відносини в Україні формалізуються через процеси перерозподілу грошових коштів між бюджетами різних рівнів. У свою чергу, ключовим завданням міжбюджетних відносин є оптимізація згаданих вище процесів з метою формування фінансово самодостатніх та незалежних місцевих бюджетів, що особливо актуалізується в умовах реформи фінансової децентралізації. Враховуючи зазначене, в основу оцінки ефективності міжбюджетних відносин мають бути покладені як параметри, що характеризують рівень децентралізації доходів, так і видатків місцевих бюджетів, а також питому вагу, акумульованих відповідним рівнем бюджетної системи податкових надходжень у загальному обсязі доходів.

Так, у рамках даного дослідження було проаналізовано динаміку ключових показників ефективності оцінювання системи міжбюджетних відносин 12 унітарних європейських країн (Чехія, Данія, Естонія, Франція, Угорщина, Італія, Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Словенія, Україна) за 2010-2017 рр. Так, у якості критеріїв оцінювання децентралізації доходів обрано наступні: співвідношення доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країни, а також співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів, тоді як вимірником децентралізації витрат – співвідношення видатків місцевих бюджетів до видатків зведеного бюджету країни. Слід відмітити, що як до доходів, так і видатків зведеного бюджету не включаються суми міжбюджетних трансфертів. Розрахунок показників здійснено на основі офіційних даних Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [7] та Державної казначейської служби України [8].

Варто зауважити, що у контексті оцінювання ефективності системи міжбюджетних відносин інформативним є аналіз як окремих показників, так і їх сукупності, а тому проаналізуємо динаміку співвідношення доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країни (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка співвідношення доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країн Європи за 2010-2017, %**

Країна	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Чехія	18,80	18,32	18,31	18,99	19,60	19,31	18,21	18,32
Данія	27,55	27,28	27,27	27,49	25,98	27,34	27,66	27,19
Естонія	5,26	5,48	5,33	5,28	4,65	4,41	4,04	4,55
Франція	13,50	15,82	15,83	15,54	15,62	15,86	16,04	15,88
Угорщина	10,65	11,19	9,76	9,81	9,56	9,59	7,17	7,09
Італія	14,85	15,21	15,88	15,77	16,15	15,92	13,88	14,03
Латвія	18,61	18,07	17,45	17,78	17,85	17,89	18,26	18,51
Польща	17,66	17,25	17,15	17,04	17,73	16,86	15,57	15,82
Словаччина	4,90	5,15	5,47	5,62	5,33	5,28	5,13	4,92
Словенія	13,10	13,02	13,10	12,85	12,47	11,34	11,70	11,64
Україна	25,60	21,74	22,63	23,75	22,17	18,48	21,81	22,57

У контексті аналізу даного показника слід зауважити, що позитивним трендом є зростання його рівня, адже це свідчить про посилення фінансової спроможності органів місцевого самоврядування. Так, варто відзначити, що серед сукупності досліджуваних унітарних європейських країн найбільшим цей показник є у Данії, Україні, Латвії та Польщі. До групи держав з умовно середнім рівнем фінансової автономії можна віднести Італію, Францію, Угорщину та Словенію. Натомість, Словаччина та Естонія належать до країн з низьким рівнем децентралізації бюджетних доходів. Характеризуючи динаміку аналізованого показника, а саме базисний темп приросту, можна зазначити, що для всіх країн, крім Словаччини та Франції, характерним є зростання співвідношення доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країни відносно початку періоду аналізу, тоді як для решти 10 країн – навпаки, скорочення. Максимальне зниження рівня аналізованого ключового показника ефективності зафіксовано в Угорщині (-33,41%), тоді як найменші втрати рівня фінансової автономії притаманні для Латвії (-0,53%). У свою чергу, найбільший базисний позитивний темп приросту зафіксовано у Франції (17,62%), а найменший – у Словаччині (0,40%). Враховуючи абсолютний рівень показника та його базисний темп приросту, найбільш успішним можна вважати досвід децентралізації доходів у Франції.

Разом з тим, аналізуючи стан міжбюджетних відносин та фінансової самодостатності органів місцевого самоврядування, варто звернути увагу також і на показник співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів (табл. 2), оскільки саме цей блок бюджетних доходів є запорукою високого рівня фінансової автономії місцевих бюджетів.

Аналізуючи дані, приведені у табл. 2, варто зауважити, що найбільшу частку податкових надходжень у доходах місцевого бюджету серед аналізованих країн має Україна, проте така ситуація значним чином обумовлена не високим рівнем фінансової автономії, оскільки питома вага безпосередньо місцевих податків і зборів є незначною, тоді як у вітчизняних реаліях переважну частину податкових надходжень місцевих бюджетів формують відрахування від загальнодержавних податків. Разом з тим, групу



країн з доволі високою часткою податкових надходжень формують Данія та Латвія, тоді як середнім рівнем значення показника характеризуються Італія, Польща, Словенія та Франція. Найнижчу частку податкових надходжень у доходах місцевих бюджетів мають Угорщина, Словаччина, Литва, Естонія та Чехія. Аналізуючи значення базисного темпу приросту, можна відмітити, що найкращу позитивну динаміку демонструє Франція (25,69%). Незначний позитивний темп приросту зафіксовано також у таких країнах як Польща (0,94%) та Італія (0,83%). Для решти країн зміна даного показника характеризується негативним трендом. Особливо суттєво співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів порівняно з початком періоду аналізу скоротилося у таких країнах як Естонія (-34,47%), Словаччина (-32,83%) та Литва (-32,08%). Приймаючи до уваги абсолютні та відносні рівні показника, найбільш вдалою видаються практика формування системи місцевих податків і зборів в Італії та Польщі.

Таблиця 2

**Динаміка співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів країн Європи за 2010-2017, %**

Країна	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Чехія	1,32	1,22	1,25	1,26	1,24	1,18	1,13	1,07
Данія	26,69	26,68	26,37	26,16	24,63	26,00	26,57	26,41
Естонія	1,39	1,51	1,32	1,14	1,08	1,01	0,97	0,91
Франція	10,55	12,90	12,99	12,76	12,88	13,11	13,40	13,29
Угорщина	6,43	6,56	6,25	5,88	5,64	5,80	5,80	5,78
Італія	15,36	15,62	16,20	16,12	16,55	16,53	15,06	15,49
Латвія	20,01	19,15	18,69	18,57	18,90	18,69	18,86	19,23
Литва	1,74	1,64	1,60	1,19	1,24	1,32	1,26	1,18
Польща	12,58	12,30	12,56	12,59	12,97	12,90	12,78	12,70
Словаччина	2,87	2,83	2,94	2,84	2,72	2,04	1,98	1,93
Словенія	10,89	10,85	11,07	10,87	10,63	9,59	9,50	9,36
Україна	42,39	40,26	38,11	41,26	37,69	33,36	40,12	40,03

У контексті аналізу ефективності функціонування системи міжбюджетних відносин важливе значення має аналіз не лише децентралізації доходів, а й децентралізації витрат (табл. 3).

Таблиця 3

**Динаміка співвідношення видатків місцевих бюджетів до видатків зведеного бюджету країн Європи за 2010-2017, %**

Країна	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Чехія	29,09	28,40	25,25	26,61	27,12	26,94	25,70	27,33
Данія	61,79	61,30	60,22	61,89	62,21	62,26	63,51	64,28
Естонія	24,19	24,64	24,40	25,63	24,05	23,18	23,01	24,20
Франція	19,74	19,94	20,11	20,48	20,20	19,73	19,36	19,33
Угорщина	25,18	22,82	18,09	14,76	15,35	15,26	12,55	12,97
Італія	31,16	30,26	29,29	29,12	28,57	28,23	27,99	27,30
Латвія	26,17	26,49	26,02	26,85	26,20	24,40	25,56	26,63
Литва	26,12	23,33	25,59	23,09	22,57	22,23	22,66	23,14
Польща	32,21	31,53	30,60	30,45	31,34	30,63	30,96	32,03
Словаччина	16,75	15,79	15,09	14,76	15,38	16,12	15,39	16,74
Словенія	19,45	18,21	19,12	15,87	19,16	18,26	17,65	18,45
Україна	40,23	42,77	44,92	43,14	42,73	40,73	41,44	46,37

У контексті аналізу даних, представлених у табл. 3, варто зауважити, що доволі складно однозначно трактувати цей показник, оскільки, з одного боку, високий рівень аналізованого індикатора свідчить і про високий рівень видаткового навантаження на місцевий бюджет, проте, з іншого боку, його низький рівень може свідчити про недостатній рівень автономії відповідних органів місцевого самоврядування. Таким чином, даний показник більш раціонально розглядати в порівнянні з аналогічним показником за доходами, оскільки оптимальною є ситуація, при якій розширення видаткових повноважень має супроводжуватися пропорційним зростанням доходної бази. Отже, за даними таблиці можна відмітити, що найширшими видатковими повноваженнями на локальному рівні забезпечені органи місцевого самоврядування України та Данії, найнижчими – Словаччини, Словенії та Франції, а для решти країн характерне середнє значення аналізованого показника. Разом з тим, аналіз базисного темпу приросту даного індикатора свідчить про його зростання для таких країн як Україна (15,25%), Данія (4,03%), Латвія (1,77%) та Естонія (0,04%). Для решти держав притаманним є негативний тренд (найбільшим скороченням характеризується Угорщина (-48,48%), а найнижчим – Словаччина (-0,06%).

Після аналізу конкретних ключових показників ефективності оцінювання системи міжбюджетних відносин доцільно здійснити кластеризації з використанням програмного продукту Stata для ідентифікації тих країн, досвід яких потрібно врахувати при реформуванні системи місцевих фінансів в Україні (рис. 1).

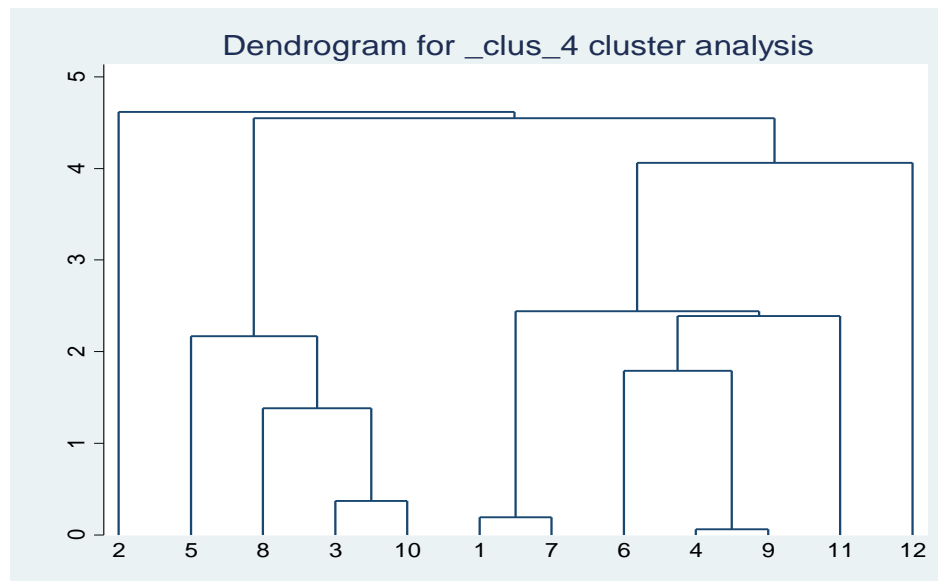


Рис. 1. Результати ієрархічної кластеризації

Отже, за результатами кластеризації у контексті реформування системи міжбюджетних відносин доцільно більш детально проаналізувати досвід таких країн як Чехія, Латвія, Італія, Франція, Польща та Словенія.

**Висновки.** Проведений аналіз дозволив оцінити різні перспективи функціонування системи міжбюджетних відносин у 12 країнах Європи, за результатами якого було виявлено, що найбільш оптимальним співвідношенням доходів місцевих бюджетів до доходів зведеного бюджету країни характеризується Франція, за параметром співвідношення обсягів податкових надходжень до загальних доходів місцевих бюджетів найкращий рівень показника мають Польща та Італія, а найбільшим масштабом видаткових повноважень на місцевому рівні характеризується Данія. У свою чергу, проведений а основі усіх трьох ключових показників ефективності кластерний аналіз дозволив з'ясувати, що цільовим кластером – орієнтиром для України у контексті реформування міжбюджетних відносин повинні стати Чехія, Латвія, Італія, Франція, Польща та Словенія, більш глибокий аналіз досвіду формування доходів та здійснення видатків на місцевому рівні яких визначає перспективи подальших досліджень.

### Література

1. Ливдар М.В. Модернізація міжбюджетних відносин в умовах фінансової децентралізації / М.В. Ливдар, О.В. Пелехата, М. А. Івахів // Молодий вчений. – 2018. – № 5(57). – С. 302-310.
2. Грубляк О.М. Оцінка ефективності реформування системи міжбюджетних відносин в Україні / О.М. Грубляк, М.В. Карвацький // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2018. – Випуск 1 (51). – С. 317-321.
3. Власюк Н.І. Реформування системи міжбюджетних відносин в Україні: переваги і недоліки / Н. І. Власюк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Випуск 10. – С. 751-754.
4. Blochliger H. Fiscal Equalization / H. Blochliger, C. Charbit // OECD Economic Studies. – 2008. – No. 44. – pp. 1-22.
5. Задорожний В. П. Причини і ризики невизначеності міжбюджетних відносин в Україні / В. П. Задорожний // Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 4. – С. 139-149.
6. Бюджетний кодекс України: за станом на 01.01.2018 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
7. OECD Fiscal Equalization Database [Electronic source]. – Available at : [https://www.oecd.org/tax/federalism/fiscal-decentralisation-database.htm#A\\_1](https://www.oecd.org/tax/federalism/fiscal-decentralisation-database.htm#A_1)
8. Річна звітність про виконання бюджету [Електронний ресурс] / Державна казначейська служба України. – Режим доступу : <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>

### References

1. Livdar M.V. Modernizaciya mizhbyudzhethnih vidnosin v umovah finansovoyi decentralizaciyi / M.V. Livdar, O.V. Pelehata, M. A. Ivahiv // Molodij vchenij. – 2018. – № 5(57). – S. 302-310.
2. Grublyak O.M. Ocinka efektyvnosti reformuvannya sistemi mizhbyudzhethnih vidnosin v Ukraini / O.M. Grublyak, M.V. Karvackij // Naukovij visnik Uzhgorodskogo universitetu. Seriya Ekonomika. – 2018. – Vipusk 1 (51). – S. 317-321.
3. Vlasyuk N.I. Reformuvannya sistemi mizhbyudzhethnih vidnosin v Ukraini: perevagi i nedoliki / N. I. Vlasyuk // Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki. – 2016. – Vipusk 10. – S. 751-754.
4. Blochliger H. Fiscal Equalization / H. Blochliger, C. Charbit // OECD Economic Studies. – 2008. – No. 44. – pp. 1-22.
5. Zadorozhnyj V. P. Prichini i riziki neviznachenosti mizhbyudzhethnih vidnosin v Ukraini / V. P. Zadorozhnyj // Mehanizm reguluvannya ekonomiki. – 2015. – № 4. – S. 139-149.
6. Byudzhethnij kodeks Ukraini: za stanom na 01.01.2018 r. / Verhovna Rada Ukraini. – Rezhim dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
7. OECD Fiscal Equalization Database [Electronic source]. – Available at : [https://www.oecd.org/tax/federalism/fiscal-decentralisation-database.htm#A\\_1](https://www.oecd.org/tax/federalism/fiscal-decentralisation-database.htm#A_1)
8. Richna zvitnist pro vikonannya byudzhetu [Elektronnij resurs] / Derzhavna kaznachejska sluzhba Ukraini. – Rezhim dostupu : <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>

Рецензія/Peer review : 02.10.2018 Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК: 621.3

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-219-224

ПАВЛИК В. В.,

УС Я. О.

Сумський державний університет

## МІНІМІЗАЦІЯ РОЗРИВУ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ЕКОЛОГІЧНА ДЕТЕРМІНАНТА МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У даній статті проаналізовано та систематизовано публікаційну активність в області дослідження розривів енергоефективності. Встановлено, що найбільша кількість публікацій, які індексуються базою даних Scopus належать науковцям із США. У свою чергу, в наукових колах України дослідженню питань енергоефективності, зокрема розривів енергоефективності почали приділяти значну увагу після 2015 року, коли було прийнято Паризьку угоду в рамках Рамкової конвенції ООН про зміну клімату. У статті автори відмічають, що мінімізація розривів енергоефективності сприяє підвищенню макроекономічної стабільності національної економіки за рахунок залучення зелених інвестицій. При цьому автори порівняли позиції України та країн Вишеградської четвірки у рейтингах екологічної ефективності, ведення бізнесу та свободи населення, які характеризують макроекономічну стабільність національних економік. Отримані результати дослідження, можуть слугувати основою для подальших досліджень в області дослідження питань мінімізації енергоефективних розривів як екологічної детермінанти макроекономічної стабільності національної економіки.

*Ключові слова:* енергоефективність, зелені інвестиції, макроекономічна стабільність, розриви енергоефективності

PAVLYK V.,

US YA.

Sumy State University

## MINIMIZATION OF THE ENERGY-EFFICIENCY GAP AS AN ECOLOGICAL DETERMINANT OF MACROECONOMIC STABILITY OF NATIONAL ECONOMY

*This article analyzes and classifies the publications in the field of energy-efficiency, especially, in the energy-efficiency gap. It was founded that the largest number of publications indexed by the Scopus database belongs to USA scientists. In turn, in the Ukrainian scientific community, energy efficiency researches, including investigation of energy-efficiency gaps, have received significant scientists' level of interest since 2015, when the Paris Agreement has been adopted under the UN Framework Convention on Climate Change. Moreover, in the article, the authors noted that minimizing energy-efficiency gaps contributed to improving the macroeconomic stability of the national economy by attracting green investment. In the frame of this article, the authors compared the positions of Ukraine and the Visegrad countries in the ratings of environmental performance, doing business and human freedom, which characterize the macroeconomic stability of national economies and attract foreign investors to invest into the energy-efficient projects. The results of the study could be used as a basis for further research in the area of minimizing energy-efficient gaps as an environmental determinant of the macroeconomic stability of the national economy.*

*Keywords:* energy-efficiency, green investments, macroeconomic stability, energy-efficiency gaps

**Вступ.** Наразі зміцнення та ріст національної економіки, а також підвищення соціальних стандартів прямопропорційно залежать від підвищення рівня енергоефективності та енергонезалежності країни, розвитку альтернативних джерел енергії, акумулюючих потужностей тощо. При цьому загальновізвано, що макроекономічна політика позитивно впливає на створення стабільної економічної ситуації в країні та сприяє розвитку конкурентоспроможності національної економіки. Аналіз низки наукових джерел свідчить про те, що енергоспоживання країн-членів Міжнародного енергетичного агентства залишається сталим більше, ніж 15 років, тоді як рівень ВВП зростає, що є наслідком підвищення енергоефективності, яка сприяє підвищенню рівня життя населення.

У свою чергу, енергоефективність економіки України знаходиться на низькому рівні, що спричиняє появу розривів енергоефективності, тобто фактичні показники рівня енергоефективності не відповідають цільовим, запланованим в Енергетичній стратегії України на період до 2030 року. Як наслідок, дана ситуація веде до зниження конкурентоспроможності національної продукції та являється тягарем для більшості населення України. Однак, підвищення рівня енергоефективності НЕ можливе за рахунок залучення зелених інвестицій у розвиток та впровадження енергоефективних проектів, що сприятиме мінімізації розривів енергоефективності.

**Аналіз останніх досліджень.** Останнім часом у наукових колах все більше уваги приділяється дослідженню питань енергоефективності як з економічної, так і з соціальної та екологічної точок зору. При цьому аналіз публікацій за 2009-2018 роки відібраних за ключовим словами «energy efficient gap» та «energy-efficient gap» на основі бази даних Scopus дозволив виділити позитивну тенденцію публікаційної активності в області дослідження розривів енергоефективності. Зокрема, згідно рис. 1, кількість наукових публікацій в області дослідження розривів енергоефективності з кожним роком зростає. Так, станом на кінець 2018 року кількість опублікованих наукових праць становила 228 робіт, що майже у 8 разів більше порівняно із 2009 роком.

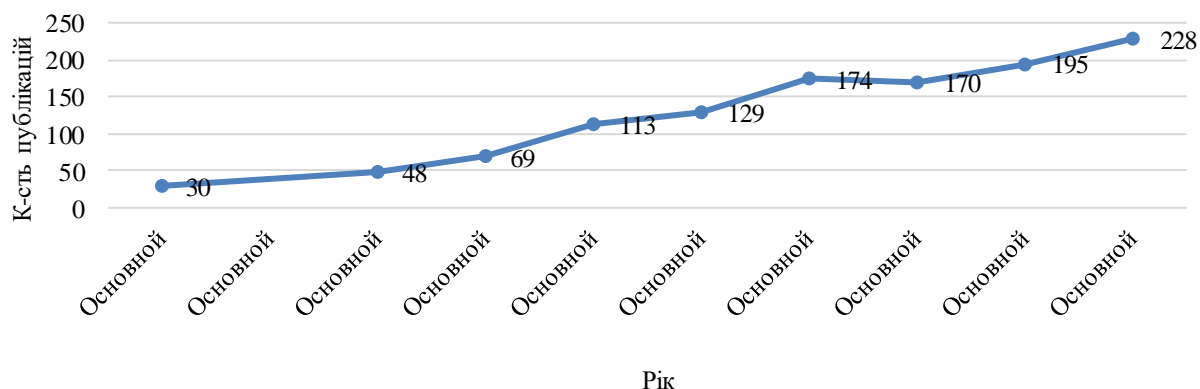


Рис. 1. Динаміка публікаційної активності в області дослідження розривів енергоефективності

\*Джерело: сформовано автором на основі [1]

На основі аналітичного інструменту VOSviewer [2] у рамках даного дослідження проведено бібліометричний аналіз за критерієм співавторства, який дозволяє визначити внесок окремих країн у розрізі міжнародного дослідження питань розривів енергоефективності, а також комунікаційну взаємодію між авторами із різних країн. Таким чином, Рисунок 2 демонструє країни, вчені яких найбільше досліджували питання розривів енергоефективності у період з 1991 до 2018 року. При цьому серед 51 країн, Сполучені Штати Америки мають найбільшу питому вагу у дослідженні питань розривів енергоефективності (29,2% робіт з досліджуваної тематики, опублікованих у наукових журналах, що індексуються базою даних Scopus). Серед інших найбільш зацікавлених країн у дослідженні питань енергоефективності є: Великобританія (11,2%), Німеччина (10,6%), Швеція (8,9%), Італія (5,8%) та ін.

На основі отриманих результатів аналізу, виділено 51 країну, які згруповані до 11 кластерів (Рис.2). При цьому, чим більший розмір кола, тим більше наукових статей з досліджуваної тематики опубліковано вченими відповідної країни. У свою чергу, кольори кіл вказують на приналежність певної країни до відповідного кластеру. Чим коротша відстань між двома колами, тим сильнішою є взаємодія між вченими відповідних країн. Згідно вищезазначеному, США є лідером серед проаналізованих країн, які найбільше досліджують питання розривів енергоефективності. При цьому починаючи із 1991 року американські вчені найбільше працюють із вченими з Німеччини та Великобританії (опубліковано по 20 робіт у співавторстві), Китаєм (18 публікацій у співавторстві), Канадою, Францією, Швейцарією (по 12 публікацій у співавторстві), Австрією, Нідерландами (по 11 публікацій у співавторстві), тощо.

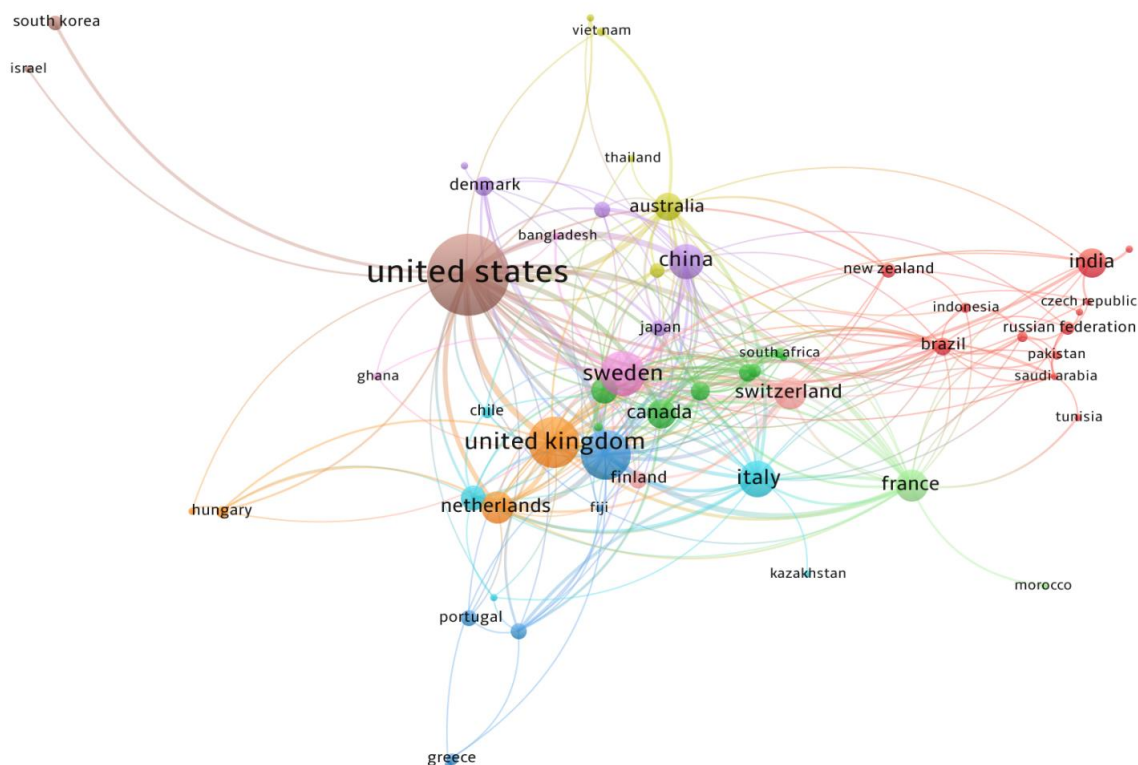


Рис. 2. Візуалізація бібліометричного аналізу країн за критерієм співавторства (1998-2018 роки)

\*Джерело: результати аналізу [2]

У свою на національному рівні питанням дослідження енергоефективності та розривів енергоефективності приділяється все більше уваги. У період з 2000 до 2018 року за ключовими словами «energy efficiency», «energy efficiency», «energy-efficiency gap», «energy efficiency gap» та «energy-efficient gap» проаналізовано публікації, які індексуються базою даних Scopus. Таким чином, згідно отриманим результатам (Рис.1) встановлено, що кількість наукових публікацій з досліджуваної тематики почала стрімко зростати починаючи із 2015 року, коли під час 21-ї сесії Конференції з клімату в Парижі було прийнято Паризьку угоду у рамках Рамкової конвенції ООН про зміну клімату, яка спрямована на реалізацію резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Повістка дня в області сталого розвитку до 2030 року» та підтримку екологічної цілісності, розвитку відновлюваних джерел енергії, «зеленої» економіки, пом'якшення наслідків зміни клімату, передачу високоефективних технологій тощо [3].

Систематизація літературних джерел з досліджуваної тематики дозволила виділити низку векторів, за якими досліджується питання енергоефективності, зокрема мінімізації розривів енергоефективності. У роботах [4,5] автори досліджували вплив рівня енергоефективності національної економіки (НЕ) на макроекономічну стабільність. Авторами встановлено, що підвищення рівня енергоефективності НЕ сприяє стабілізації НЕ та підвищенню конкурентоспроможності на глобальному ринку. У свою чергу, автори [6-10] проаналізували ефективність впровадження та розвитку еко-інновацій на рівні підприємства, та як наслідок, їх впливу на мінімізацію енергоефективних розривів на національному рівні. Досвід впровадження альтернативних джерел країнами ЄС було проаналізовано у роботах [11-14]. Більше того, автори зазначають, що необхідним є широка популяризація енергоефективних технологій у приватному секторі та підвищення енергоефективної свідомості населення, як одного із ефективних способів мінімізації енергоефективних розривів НЕ.

Загалом, аналіз наукового доробку з досліджуваної сфери вказує на необхідність подальшого дослідження макроекономічної стабільності як основної детермінанти мінімізації енергоефективних розривів НЕ. Таким чином, метою статті є дослідження впливу зелених інвестицій, як основного фактору підвищення макроекономічної стабільності, на нівелювання енергоефективних розривів НЕ.

**Результати дослідження.** Мінімізація енергоефективних розривів передбачає, перш за все, перехід до сталого виробництва та раціонального споживання природних ресурсів, які потребують постійного впровадження енергоефективних технологій. При цьому в процес розробки та впровадження енергоефективних технологій необхідно спрямовувати значні фінансові ресурси, що не завжди є під силу підприємствам. Таким чином, останнім часом все більшу популярність набувають зелені інвестиції, які спрямовуються у проекти підвищення рівня енергоефективності та збереження навколишнього природного середовища (НПС) [15-17]. Згідно звіту World Energy Investment 2018 [18], на фоні загального скорочення вкладень в енергетичну сферу на 2% (1,8 трлн дол. США), світові інвестиції в енергоефективність підвищились на 3% (236 млн. дол. США). При цьому згідно прогнозам Міжнародного енергетичного агентства, до 2022 року зелені інвестиції мають збільшитись до 300 млрд. дол. США. Загалом, в Україні є значний потенціал для залучення зелених інвестицій в сферу енергоефективності. Згідно [19], для досягнення рівня енергоефективності країн Європейського Союзу, Україні необхідно залучити від 25 до 60 млрд. дол. США зелених інвестицій.

У свою чергу, підвищенню рівня залучення зелених інвестицій від іноземних інвесторів сприяє позитивне сприйняття країни на глобальному ринку, що, перш за все, залежить від рівня корупції в країні, легкості ведення бізнесу, рівня свободи, екологічного стану, благополуччя населення, тощо. При цьому, чим вищою є позиція країни у глобальних рейтингах, тим більш привабливою вона є для інвесторів, що сприяє залученню зелених інвестицій у проекти підвищення енергоефективності (Рис. 3).



Рис. 3. Вплив макроекономічної стабільності на мінімізацію енергоефективних розривів НЕ

\*Джерело: власна розробка авторів

Відповідно до вищезазначеного, доцільно проаналізувати позиції України у деяких глобальних рейтингах, які дозволять визначити рівень привабливості України для зеленого інвестування іноземними інвесторами.

Згідно всеохоплюючому індексу свободи (Human Freedom Index), який оцінює рівень свободи населення в окремих сферах діяльності та демонструє в якій мірі населення певної країни обмежено чи контролюється владою, станом на 2017 рік Україна знаходилась на 118 позиції (Рис. 4), тоді як Польща на 40, Угорщина – 45, Словачія – 33, а Чеська Республіка на 21 місці. Дана позиція свідчить про те, що в Україні існують певні обмеження у свободі міжнародної торгівлі та доступу до надійних грошових ресурсів, зарегульованість бізнес процесів, суспільство у деякій мірі обмежено у вираженні та свободі вибору ідентичності тощо.



Рис. 4. Місце України у рейтингу Human Freedom порівняно із країнами Вишеградської четвірки станом на 2017 рік  
\*Джерело: сформовано авторами на основі [20]

У свою чергу, індекс ведення бізнесу (Doing Business Index) оцінює діяльність національних підприємств, головним чином малих та середніх, на протязі їх повного життєвого циклу. Дослідження даного індексу дозволяє достовірно оцінити нормативно-правові акти, які регулюють підприємницьку діяльність від процесу реєстрації підприємства до його ліквідації. При цьому варто зазначити, що висока позиція країни у рейтингу свідчить про бласприятливий клімат в середині даної країни для ведення підприємницької діяльності. Згідно статистичним даним станом на 2018 рік (Рис. 5) у рейтингу ведення бізнесу Україна опинилась на 76 позиції із 190. У свою чергу, Польща займає 27 позицію, Чеська Республіка 30, Словачія – 39, а Угорщина – 48.

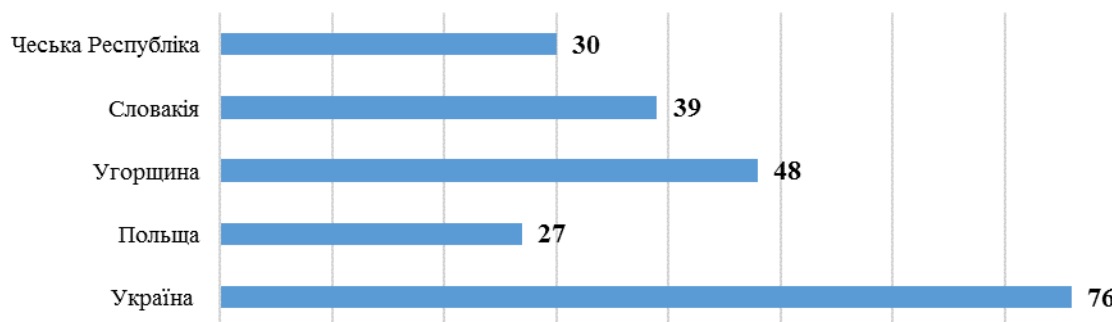


Рис. 5. Місце України у рейтингу Doing Business порівняно із країнами Вишеградської четвірки станом на 2018 рік  
\*Джерело: сформовано авторами на основі [21]

Одним із найвпливовіших індексів оцінки екологічного стану навколишнього природного середовища (НПС) являється індекс екологічної ефективності (Environmental performance index), який дозволяє кількісно оцінити екологічний стан та рівень управління природними ресурсам певної країни на основі 22 показників згрупованих у 10 категорій, що відображають різноманітні аспекти стану НПС, ефективність державної політики у питаннях екологічного стану та збереження НПС, тощо. Варто відмітити, що показники оцінки екологічного стану, сприяють формуванню напрямів діяльності щодо зниження тиску на НПС, стимулюють життєздатність екологічних систем та сприяють стабільному раціональному управлінню природними ресурсами країни. Станом на 2018 рік, дослідження екологічного стану НПС охопило 180 країн, серед яких Україна опинилась на 109 позиції, тоді як країни Вишеградської четвірки зайняли значно вищі позиції у рейтингу: Словачія – 28 позицію, Чеська Республіка – 33, Угорщина 43, а Польща – 50 (Рис. 6).

Формування зеленого інвестиційного клімату в Україні сприяє підвищенню енергоефективності НЕ, що, у свою, чергу, веде до скорочення витрат на енергію, зниження негативного впливу на НПС, підвищення рівня благополуччя населення тощо. Заходи із покращення енергоефективності будівель, модернізація систем опалення та освітлення, розвиток та впровадження альтернативних джерел енергії являються загальновідомими видами зелених інвестицій, які суттєво впливають на рівень енергоспоживання та

сприяють мінімізації розривів енергоефективності. Однак, Україні необхідно активно залучати іноземні зелені інвестиції за рахунок підвищення макроекономічної привабливості НЕ, що стане тригером для інвестування енергоефективних проектів іноземними інвесторами. Тому, особливу увагу необхідно приділити підвищенню показників України у таких глобальних рейтингах, як Human Freedom Index, Doing Business Index, Environmental Performance Index, Transparency Index, Integrity Index, перш за все, за рахунок розвитку інфраструктури бізнесу, зниження рівня корупції, підвищення прозорості національного законодавства для іноземних інвесторів, покращення благополуччя населення, тощо.

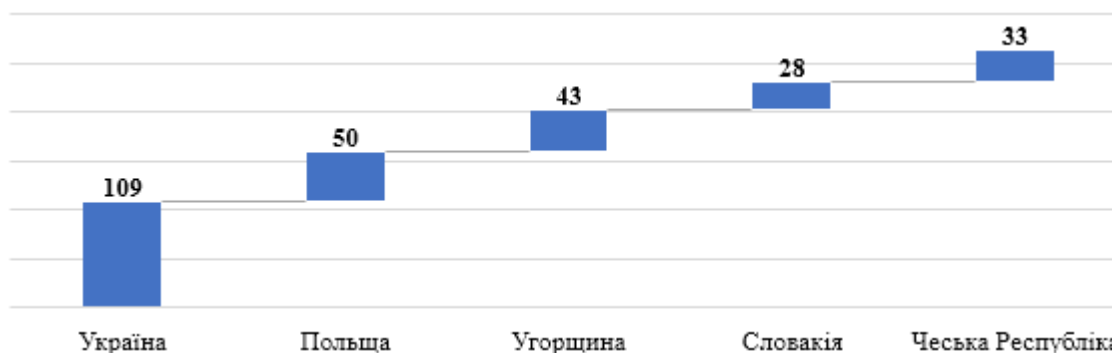


Рис. 6. Позиція України у рейтингу екологічної ефективності порівняно із країнами Вишеградської четвірки станом на 2018 рік  
\*Джерело: сформовано авторами на основі [22]

**Висновки.** Отримані результати свідчать, що питання енергоефективних розривів активно досліджується на глобальному рівні. При цьому найбільша кількість наукових статей з означеної тематики опублікована науковцями США, які працюють у співавторстві із науковцями 40 різних країн. У свою чергу, в Україні питання енергоефективності, зокрема енергоефективних розривів, почали широко досліджуватися після прийняття Парижської угоди у 2015 році. У рамках даної статті проаналізовано позиції України в глобальних рейтингах, а саме: свободи населення, екологічної ефективності, ведення бізнесу, які сприяють підвищенню привабливості України для іноземних інвесторів при залученні зелених інвестицій. Встановлено, що у проаналізованих рейтингах Україна знаходиться значно нижче порівняно з країнами Вишеградської четвірки. Тому слід зазначити, що дана робота може бути використана науковцями для подальших досліджень щодо залучення зелених інвестицій з метою мінімізації енергоефективних розривів.

### Література

1. База даних Scopus. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.scopus.com/>
2. Офіційний сайт VOSviewer. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vosviewer.com/>
3. Офіційний сайт Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь. Парижское климатическое соглашение. [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.minpriroda.gov.by/ru/paris-ru/>
4. Nyka, M. (2018). Legal prerequisites of the management of natural resources of the Moon and other celestial bodies. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 199-207. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-17>
5. Chirichenko, Y., & Fisunen, N. (2018). Marketing determinants of the development of the investment market: innovations in the assessment of demand and supply (case study for the construction industry). *Marketing and Management of Innovations*, 3, 81-94. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-07>
6. Poliakh, S. (2018). The consumer protection as a driver of innovative development: case study for consumers of financial services. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 378-387. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-29>
7. H Melnyk, L., Sineviciene, L., Lyulyov, O., Pimonenko, T., & Dehtyarova, I. (2018). Fiscal decentralization and macroeconomic stability: the experience of Ukraine's economy. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 105-114
8. Vasylieva, T., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Kyrychenko, K. (2018). Macroeconomic stability and its impact on the economic growth of the country. *Montenegrin Journal of Economics*, 14(1), 159-170
9. Lyulyov, O. National brand as a marketing determinant of macroeconomic stability [Текст] / О. Lyulyov, О. Chygryn, Т. Pimonenko // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2018. - № 3. - С. 142-152. - DOI 10.21272/mmi.2018.3-12.
10. Yevdokimov, Y., Chygryn, O., Pimonenko, T., Lyulyov, O. "Biogas as an alternative energy resource for Ukrainian companies: EU experience"(2018) *Innovative Marketing*, 14 (2), pp. 7-15. Cited 5 times. DOI: 10.21511/im.14(2).2018.01
11. Poliakh, S. (2018). The consumer protection as a driver of innovative development: case study for consumers of financial services. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 378-387. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-29>
12. Kosenko, A., Poberezhnyi, R., Panteliev, M., & Poberezhna, N. (2018). Methodical approach to define external environment friendliness level of enterprise development. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 15-26. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-01>
13. Us, H., Mal'yarets, L., Chudaieva, I., & Martynova, O. (2018). Multi-Criteria Optimization of the Balanced Scorecard for the Enterprise's Activity Evaluation: Management Tool for Business-Innovations. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 48-58. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-04>
14. Yevdokimov, Y., Melnyk, L., Lyulyov, O., Panchenko, O., & Kubatko, V. (2018). Economic freedom and democracy: Determinant factors in increasing macroeconomic stability. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 279-290.
15. Chygryn, O., Pimonenko, T., & Liulov, O. (2018). Green Entrepreneurship as an Integral Part of the National Economy Convergence. *National Security & Innovation Activities: Methodology*.
16. Пімоненко, Т. В., Люльов, О. В., & Ус, Я. О. (2018). Теоретичні аспекти концепції маркетингу зелених інвестицій. *Економічний вісник Національного гірничого університету*, (4), 180-190.

17. Pimonenko, T. (2018). Ukrainian Perspectives for Developing Green Investment Market: EU Experience. *Economics and Region*, 4(71), 35-45.
18. World Energy Investment (2018). IEA. Access: <https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2018>
19. Инвестиционная аналитика (2018). InVenture. Access: <https://inventure.com.ua/analytics/formula/potencial-dlya-investicij-v-energoeffektivnost-ogromen>
20. The human freedom index (2018). Fraser Institute/ Access: <https://www.fraserinstitute.org/studies/human-freedom-index-2018>
21. Doing Business (2018). A World Bank Group Flagship Report. Access: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>
22. Environmental Performance Index (2018). Access: <https://epi.envirocenter.yale.edu/downloads/epi2018policymakerssummaryv01.pdf>

### References

1. Baza danih Scopus. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.scopus.com/>
2. Oficijnij sajt VOSviewer. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.vosviewer.com/>
3. Oficijnij sajt Ministerstva prirodnyh resursov i ohrany okruzhayushej stredy Respubliki Belarus. Parizhskoe klimaticheskoe soglasenie. [Elektronnij resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.minpriroda.gov.by/ru/paris-ru/>
4. Nyka, M. (2018). Legal prerequisites of the management of natural resources of the Moon and other celestial bodies. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 199-207. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-17>
5. Chirichenko, Y., & Fisunencko, N. (2018). Marketing determinants of the development of the investment market: innovations in the assessment of demand and supply (case study for the construction industry). *Marketing and Management of Innovations*, 3, 81-94. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-07>
6. Poliakh, S. (2018). The consumer protection as a driver of innovative development: case study for consumers of financial services. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 378-387. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-29>
7. H Melnyk, L., Sineviciene, L., Lyulyov, O., Pimonenko, T., & Dehtyarova, I. (2018). Fiscal decentralization and macroeconomic stability: the experience of Ukraine's economy. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 105-114
8. Vasylieva, T., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Kyrychenko, K. (2018). Macroeconomic stability and its impact on the economic growth of the country. *Montenegrin Journal of Economics*, 14(1), 159-170
9. Lyulyov, O. National brand as a marketing determinant of macroeconomic stability [Tekst] / O. Lyulyov, O. Chygryn, T. Pimonenko // *Marketing i menedzhment innovacij*. - 2018. - № 3. - S. 142-152. - DOI 10.21272/mmi.2018.3-12.
10. Yevdokimov, Y., Chygryn, O., Pimonenko, T., Lyulyov, O. "Biogas as an alternative energy resource for Ukrainian companies: EU experience" (2018) *Innovative Marketing*, 14 (2), pp. 7-15. Cited 5 times. DOI: 10.21511/im.14(2).2018.01
11. Poliakh, S. (2018). The consumer protection as a driver of innovative development: case study for consumers of financial services. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 378-387. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-29>
12. Kosenko, A., Poberezhnyi, R., Panteliev, M., & Poberezhna, N. (2018). Methodical approach to define external environment friendliness level of enterprise development. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 15-26. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-01>
13. Us, H., Malyarets, L., Chudaieva, I., & Martynova, O. (2018). Multi-Criteria Optimization of the Balanced Scorecard for the Enterprise's Activity Evaluation: Management Tool for Business-Innovations. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 48-58. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-04>
14. Yevdokimov, Y., Melnyk, L., Lyulyov, O., Panchenko, O., & Kubatko, V. (2018). Economic freedom and democracy: Determinant factors in increasing macroeconomic stability. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 279-290.
15. Chygryn, O., Pimonenko, T., & Liulov, O. (2018). Green Entrepreneurship as an Integral Part of the National Economy Convergence. *National Security & Innovation Activities: Methodology*.
16. Pimonenko, T. V., Lyulov, O. V., & Us, Ya. O. (2018). Teoretichni aspekty koncepciyi marketingu zelenih investicij. *Ekonomichnij visnik Nacionalnogo gornichogo universitetu*, (4), 180-190.
17. Pimonenko, T. (2018). Ukrainian Perspectives for Developing Green Investment Market: EU Experience. *Economics and Region*, 4(71), 35-45.
18. World Energy Investment (2018). IEA. Access: <https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2018>
19. Investicionnaya analitika (2018). InVenture. Access: <https://inventure.com.ua/analytics/formula/potencial-dlya-investicij-v-energoeffektivnost-ogromen>
20. The human freedom index (2018). Fraser Institute/ Access: <https://www.fraserinstitute.org/studies/human-freedom-index-2018>
21. Doing Business (2018). A World Bank Group Flagship Report. Access: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>
22. Environmental Performance Index (2018). Access: <https://epi.envirocenter.yale.edu/downloads/epi2018policymakerssummaryv01.pdf>

**Фінансування:** публікація містить результати досліджень, проведених у рамках НДР «Форсайт-прогнозування стійкості національної економіки: від соціо-еколого-економічних протиріч до конвергентної моделі» (№ 0117U003932).

Рецензія/Peer review : 19.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018



УДК: 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-225-230

ЛЕЙБОВИЧ А. В.

Запорізький національний університет

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

*Досліджено освітній потенціал галузі загальної середньої освіти. Обґрунтовано необхідність втілення у життя таку модель освітнього процесу, виходячи з концепції розвитку середньої освіти в умовах економічних і політичних реформ, розвитку економічних свобод, надання учням права на вільне самовизначення у світоглядних позиціях, духовних інтересах і політичних цінностях. Саме тому переформатування освітнього простору – це нова висока планка розвитку та модернізації від початкової школи до закладів вищої освіти. Встановлено, що у сучасному освітньому процесі роль вчителя істотно змінюється. Вона зміщується в сферу організації умов творчої діяльності учня, розвитку у нього самостійного пошуку істини. Саме вчитель надає логічність і систематичність освітньому процесу за рахунок вмілого підбору методів, засобів навчання і виховання, роблячи його цікавим і результативним. Визначено, що на початку нового століття розвиток освітнього процесу навчального закладу проходить під знаком зростаючого впливу інформаційних ресурсів нового типу: в першу чергу електронних джерел інформації віддаленого доступу, одержуваних через глобальні комп'ютерні мережі Інтернет. Інтернет можна розглядати вже не просто як джерело інформації, а як величезний потенціал в отриманні обміну інформації в організації альтернативних каналів зв'язку в оперативному режимі між усіма учасниками такого процесу. Проаналізовано перші результати реформування освітнього середовища. Запропоновано комплекс показників макросередовища, які мають істотне значення для розвитку навчального закладу ЗСО та ресурсів, що характеризують саме «економічну ефективність» та «соціально-економічну ефективність» та «технологічну ефективність».*

*Ключові слова.* Ресурсний потенціал, соціально-економічні умови, ефективність, освіта, показники, важелі, заклади середньої освіти (ЗСО).

LEYBOVICH A.

Zaporizhia National University

## AN IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL GOING IS NEAR ESTIMATION OF RESOURCE POTENTIAL ESTABLISHMENTS OF UNIVERSAL MIDDLE EDUCATION

*Educational of potential of industry of universal middle education is investigational. The of necessity of embodiment is reasonable for life such model of educational process, coming from conception of development of secondary education in the conditions of economic and political reforms, to development of economic freedoms, grant to the students of right of free self-determination in world view positions, spiritual interests and political values. For of this reason reformatting of space educational- it is a new high slat of development and modernisation from initial school to establishments of higher education. It of is set that in a modern educational process the role of teacher changes substantially. She of is displaced in the sphere of organization of terms of creative activity of student, development for him of independent search of truth. Exactly of a teacher gives logic and systematic character to the educational process due to the able selection of methods, facilities of studies and education, doing him interesting and effective. Certainly, that at the beginning of new eyelid development of educational process of educational establishment passes under the sign of growing influence of informative resources of new type: first of all the electronic information of remote access generators got through global computer networks the of Internet. The of internet can be examined already not simply as an information generator, but as enormous potential in the receipt of exchange of information in organization of alternative communication channels in the foreground mode between all participants of such process. The of first results of reformation of educational environment are analysed. It of is offered complex of indexes of macroenvironment, which have a substantial value for development of educational establishment of of ESE of and resources which characterize of "economic efficiency" of and "socio-economic efficiency" and of "technological efficiency" of exactly.*

*Keywords.* Resource potential, socio-economic terms, efficiency, education, indexes, levers, establishments of secondary education (ESE).

**Метою статті** є удосконалення методичних підходів до оцінки ресурсного потенціалу закладів загальної середньої освіти.

**Постановка проблеми.** Вирішальна роль у здійсненні глибинних соціально-економічних перетворень в країні належить людському чиннику, якісні риси якого формуються освітою. Значення освіти особливо зростає за умов сучасного мінливого періоду. На основі аналізу щодо потенціалу розвитку загальної середньої освіти, можна зробити висновки, що роль освіти визначається відповідним потенціалом, речовими ресурсами, неречовими ресурсами.

Сприятливість їх умов для ефективного використання потенціалу, постійно потребує вдосконалювати внутрішні механізми господарювання, поліпшувати зовнішні зав'язки між освітою та соціальним середовищем.

Обчислення економічної ефективності ґрунтується на порівнянні величин витрат і віддачі з метою визначення економічної прибутковості. Але треба враховувати і особливості освітньої галузі (неекономічні вигоди, непрямі економічні вигоди), які невраховуються багатьма вченими-економістами, які свої опрацювання робили на прикладі інших галузей, аніж освіти.

**Виклад основного матеріалу.** Для здійснення високоєфективної педагогічної діяльності необхідно мати відповідні здібності: 1) психофізіологічні можливості; 2) можливості відповідних соціальних контактів; 3) здатності до генерації нових ідей та методів; 4) раціональність поведінки; 5) наявність знань і навичок, необхідних для виконання певних обов'язків і видів робіт тощо [1; 2]. Механізм набуття відповідних знань, вмінь та навичок включає наступні етапи: засвоєння, перетворення, набуття вмінь реалізувати засвоєні та перетворені знання [3].

Відносно до факторного підходу, потенціал людини використовується для досягнення відповідних встановлених цілей. Тоді, як інтегральний підхід базується на здатностях та можливостях вирішувати поставлені завдання [1- 4].

Ресурси освітнього процесу навчального закладу, спрямовані на розвиток культури учнів – це джерела і засоби освітнього процесу, що забезпечують інформованість, актуалізацію цінностей та громадянської позиції [5].

Ресурсами освітнього процесу є не тільки людські, матеріально-технічні, інформаційні ресурси, а також змістовні, структурні, виховні, методичні, методологічні ресурси, використання яких сприяє розвитку культури учня [6].

«Ми живемо у столітті, коли все змінюється, а саме – світ змінився, суспільство змінилося, потреби економіки докорінно змінилися, а підходи до освіти залишилися далеко в минулому сторіччі»[7].

Проаналізуємо перші результати реформування освітнього середовища [7]:

1. Оновлено освітнє середовище для Нової української школи – закуплено: комп'ютерне обладнання (9,5 тис. інтерактивних проекторів, 19,2 тис. ноутбуків, 8 тис. планшетів/нетбуків, 16,5 тис. багатофункціональних пристроїв та ін.); меблі (364223 одномісних учнівських комплектів, 9,2 тис. двомісних учнівських комплектів, 6,9 тис. комплектів для вчителів, 77,1 тис. меблів зони відпочинку); дидактичні матеріали (361,8 тис. друкованих засобів навчання, 57,8 тис. натуральних об'єктів, 164,3 тис. моделей, макетів, 16,8 тис. музичних інструментів та ін.).

2. Близько 5 тис. шкіл отримали обладнання для природничо-математичних кабінетів (518 кабінетів біології, 308 – географії, 466 – математики, 448 – фізики, 499 – хімії)

3. Створено 24211 додаткових місць у закладах освіти для дітей дошкільного віку.

4. Створено 277 опорних закладів загальної середньої освіти та 302 їх філії, у тому числі 165 опорних закладів та 213 їх філій в об'єднаних територіальних громадах.

5. Затверджено Концепцію розвитку педагогічної освіти та професійний стандарт вчителя початкової школи.

6. Створено умови для першочергового вступу майбутніх вчителів та лікарів для сільської місцевості.

7. Підвищено кваліфікацію педагогічних працівників для НУШ: 2,1 тис. тренерів педагогів; 22 тис вчителів початкових класів; 18,5 вчителів іноземних мов.

8. Створено 516 інклюзивно-ресурсних центрів та 24 ресурсні центри підтримки інклюзивної освіти.

9. На 65% зросла кількість учнів з особливими освітніми потребами, що отримують інклюзивну освіту.

Зауважимо, що позитивний ефект в освітній сфері проявляється в двох вимірах: це можуть бути первинні результати і кінцеві. Водночас, результат освітньої діяльності фіксується не тільки на етапі надання освітньої послуги, результатами можуть стати поліпшення економічних показників: зростання продуктивності праці працівників, доходів підприємств та країни. Кінцеві результати освіти здебільше знаходять прояв у довгочасному періоді, можуть не завжди проявлятися у прямих економічних показниках, не завжди відчуватися, а саме головне – потенційний характер їх прояву завжди визначається соціально-економічними умовами середовища.

Завдання для держави – це впровадити механізми конкурентності, прозорості, відповідальності навчальних закладів за результати своєї діяльності, які б поєднувалися б із соціальними гарантіями уряду. Потребує вдосконалення весь механізм державного управління, і в першу чергу реальне впровадження прозорості процесу прийняття рішень, відповідальності та відкритості. Ефективність державного управління може бути забезпечена реальним залученням та посиленням участі в процесі прийняття рішень ще одного суб'єкту, а саме – громадськості [8].

Освітній потенціал – це сукупність матеріально-речових і неречових ресурсів сфери освіти. Речові – це ресурсна база, яку представляють навчальні заклади, вчителі, учні, підручники, комп'ютерна техніка тощо. Неречові – це ті знання, навички, цінності, норми поведінки, що втілюються у кінцевому результаті.

Автором [8] відстоюється теоретико-методологічна позиція, а саме «...ефект освіти не обмежується впливом на показники економічного зростання на різних рівнях, цей вплив є різнобічним, багатовекторним. На цій концептуальній основі пропонується структурний підхід до дослідження результатів освіти залежно від характеру впливу на розвиток суспільства: безпосередній вплив освіти, що знаходить свій прояв в зростанні продуктивності праці, доходу, ВВП, та широкий спектр непрямих результатів, що не завжди піддаються економічному і статистичному виміру (зменшення бідності, демократизація суспільства, культурний розвиток, стабілізація політичної і криміногенної ситуації, поліпшення здоров'я дітей і дорослих, харчування, навколишнього природного середовища тощо).

Тому, визначення соціально-економічної ефективності освітньої діяльності потребує аналізу комплексу показників для отримання вираженого результату. З цією метою в роботі пропонується комплекс показників макросередовища, які мають істотне значення для розвитку навчального закладу ЗСО та ресурсів, що характеризують саме «економічну ефективність» та «соціально-економічну ефективність» та «технологічну ефективність» (табл. 1 та рис. 1).

Застосування на практиці такого комплексу показників на мікро- та макрорівнях має важливе значення для будівництва стратегічної моделі регулюючої державної політики відносно ЗСО, яка повинна включати відповідний набір важелів та засобів впливу, визначати державну стратегію, повинна мати чітке усвідомлення, що «...освіта – це сфера здійснення соціально-економічних інвестицій, що мають надзвичайно важливе значення для забезпечення сталого розвитку суспільства.

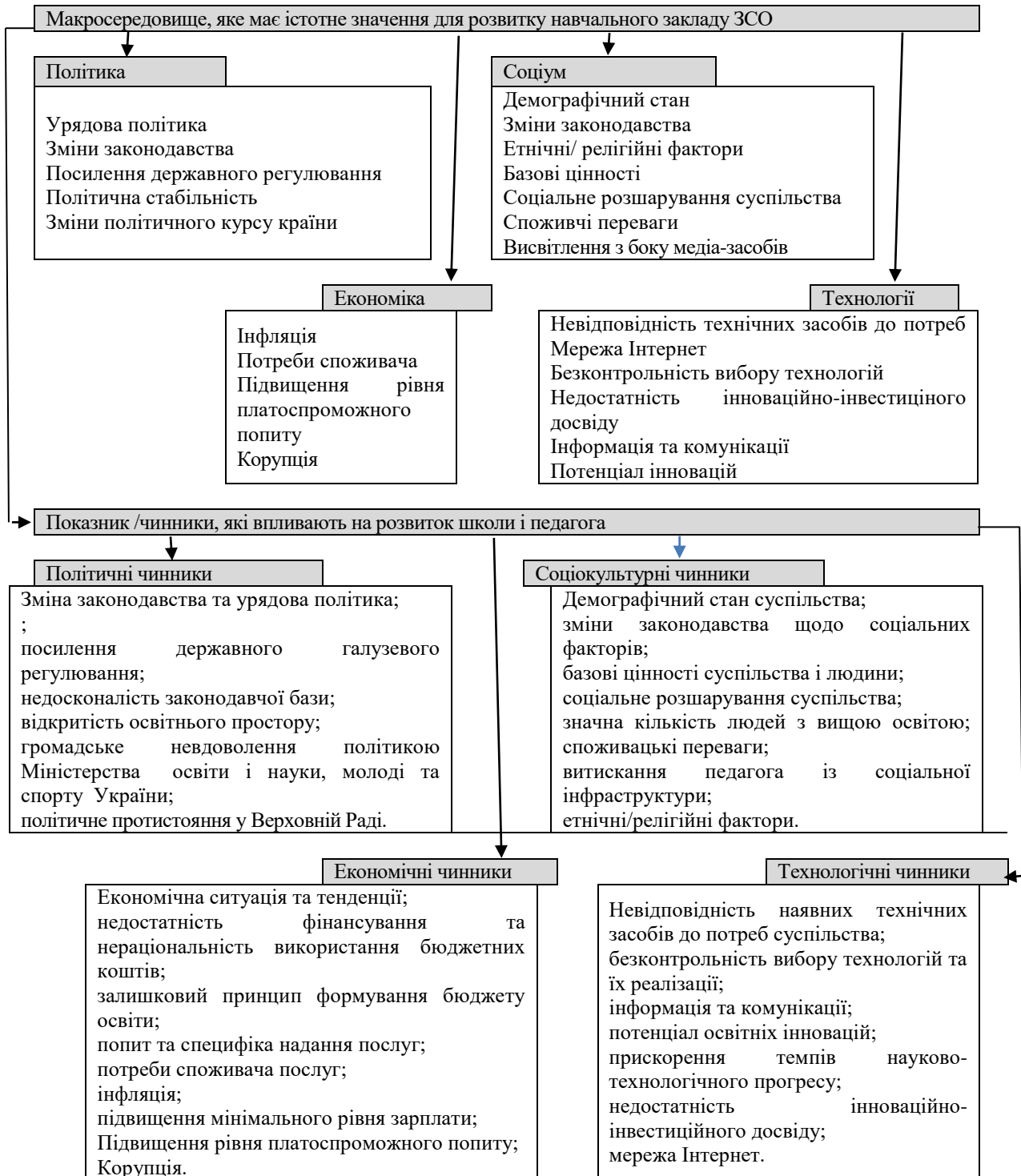


Рис. 1. Ресурсний потенціалу галузі загальної середньої освіти для розвитку економіки України

Джерело: складено автором на основі [9- 13]

Таблиця 1

## Аналіз розвитку галузі ЗСО

Переваги (S) внутрішнє середовище	Недоліки (W) внутрішнє середовище
Розбудова НУШ – це довготермінова реформа, яка розпочинається. Упродовж 2017-2018 н.р. посилено інституційні основи щодо розвитку системи освіти – ухвалено Закон України «Про освіту», який є подальшим поштовхом для подальшого реформування суміжних галузей, також являється основою для ухвалення законів «Про дошкільну освіту», «Про загальну середню освіту», «Про позашкільну освіту», «Про професійну освіту», «Про освіту дорослих», зміни до закону «Про вищу освіту».	Некваліфікована управлінська діяльність. Застарілі методи навчально-виховної роботи. Невідповідність та нестача кадрового забезпечення. Відсутність забезпечення соц. захисту. Застарілість матеріально-технічної бази. Відсутність інфраструктури. Відсутність досвіду. Нестача фінансування..
Можливості (O) зовнішнє середовище	ЕФЕКТИВНІСТЬ
державна підтримка; наявність програм розвитку дошкільної, загальної середньої, позашкільної освіти регіону; стабільність та повнота фінансування; зміна статусу навчального закладу; розвиток громадських дитячих організацій та об'єднань; збереження наступності та налагоджена співпраця між навчальними закладами, науковими установами, федераціями в регіоні; стійкий попит на освітні послуги; покращення рівня життя населення; обов'язковість дошкільної (з 5-річного віку) та загальної середньої освіти; стрімкий розвиток ІКТ; зацікавленість місцевої влади та спонсорів у розвитку навчального закладу й розширенні партнерських зв'язків, зокрема посилення соціально-економічних і культурних відносини з іншими країнами; залучення позабюджетних фондів; розбудова інфраструктури мікрорайону; розмаїття форм, збереження й розвиток системи підвищення кваліфікації; державна система олімпіад, конкурсів, конференцій різної спрямованості для всіх категорій учнів; зростання попиту на компетентного випускника; наявність кадрового резерву управлінських кадрів у регіоні; нові умови фінансування навчальних закладів; створення єдиного інформаційного середовища в регіоні; використання кадрових і матеріально-технічних ресурсів освітнього округу; зацікавленість споживачів освітніх послуг у збереженні здоров'я тощо.	Технологічна ефективність → інноваційний розвиток та прискорення темпів науково-технологічного прогресу.  Соціально-економічна ефективність → підвищення продуктивності праці, підвищення рівня життя (добробуту, зайнятості), поліпшення навколишнього середовища, економічна стабільність, рівність, культурний розвиток.  Економічна ефективність → скорочення витрат та окупність витрат, підвищення продуктивності праці та зростання ВВП

Джерело: складено автором на основі [15- 17]

Налагодження і підтримання ефективного економічного механізму функціонування системи освіти має ґрунтуватися саме на цьому фундаментальному положенні, а не на ставленні до неї як до важкого тягаря на державному бюджеті» [1].

За простором ініціювання цілей і обмежень функціонування навчального закладу виділимо зовнішні (цілі і обмеження цілеформуального середовища) і внутрішні цілі і обмеження.

Отже, функціонування освітнього середовища повинне визначатися як зовнішніми, так і внутрішніми цілями і обмеженнями. За тим же підходом, у складі навчального закладу можна виділити:

- учнівську складову (склад контингенту),
- цільову складову, психолого-педагогічну складову,
- ресурсну складову,
- управлінську складову,
- нормативну складову.

Все це можна назвати «відкритою системою освіти».

Погодимось із автором [17], що «...застосування у відкритій освіті методів, засобів і ресурсів глобального освітнього простору, єдиного інформаційного простору системи освіти, передбачає врахування при проектуванні і застосуванні педагогічних систем відкритої освіти, так званої освітньо-просторової компоненти педагогічної системи».

На ефективність діяльності ЗЗСО впливає рівень організації методичної роботи, що можна удосконалити шляхом впровадження ІКТ-технології впровадити нові форми навчання, запровадження інформаційно-комунікаційних технологій [18].

Висновки. У всьому світі дійшли до висновку, що найголовнішою продуктивною силою є людина, яка у своєму розпорядженні має усі можливості та здібності щодо здійснення і удосконалення трудової діяльності, і яка спроможна підвищити її ефективність. Важливими напрямками щодо удосконалення методичної роботи, використовуючи ІКТ є: створення відповідної бази; проведення навчальних занять із сучасним оснащенням; розробка та підготовка усіх навчальних матеріалів тощо. Сучасний розвиток «інноваційної» школи забезпечити у майбутньому позитивних результатів щодо розкриття потенціалу усіх суб'єктів (вчитель, ученик, керівництво, батьки тощо) освітнього процесу. Запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності розвитку навчального закладу загальної середньої освіти.

Застосування на практиці такого комплексу показників на мікро- та макрорівнях має важливе значення для будування стратегічної моделі регулюючої державної політики відносно ЗСО.

### Література

1. Благий В. В. Особливості розвитку трудового потенціалу вітчизняної економіки в умовах конкуренції. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціальноекономічних систем в умовах конкуренції: монографія. Х. : ФОП Панов А. М., Видав. ТОВ «В справі», 2017. С. 182-190.
2. Семилетова В. А. К вопросу об особенностях обучения иностранных студентов в российском высшем учебном заведении. Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. Матер. XXXVIII Междунар. науч.-практ. конф. № 3 (38). Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. 240 с.
3. Назаренко І. Л. Управління потенціалом підприємств інтелектуального бізнесу. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціальноекономічних систем в умовах конкуренції: монографія. Х. : ФОП Панов А. М., Видав. ТОВ «В справі», 2017. С. 105-117.
4. Смачило В. В. Системно-динамічна модель кадрового потенціалу підприємства. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціальноекономічних систем в умовах конкуренції: монографія. Х. : ФОП Панов А. М., Видав. ТОВ «В справі», 2017. С. 75-81.
5. Калініченко Л. Л. Людський потенціал в формуванні гуманістичного типу економічного розвитку держави. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціальноекономічних систем в умовах конкуренції: монографія. Х. : ФОП Панов А. М., Видав. ТОВ «В справі», 2017. С. 15-23.
6. Видиш М.М. Виявлення та реалізація ресурсного потенціалу освітнього процесу вищого навчального закладу у формуванні політичної культури майбутніх соціальних працівників. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/znkp\\_sp\\_2015\\_24\\_4.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/znkp_sp_2015_24_4.pdf)
7. Освіта та наука. Веб-сайт. URL: <https://rdo.in.ua/direction/osvita-ta-nauka>
8. Каленюк І.С. Економічна природа та особливості розвитку освітнього потенціалу України. Автореферат д.ек. наук. Спеціальність 08.01.01 – економічна теорія. Київ. 2002. 27 с.
9. Коверник Н.В. Оптиміальні шляхи фінансового забезпечення освіти в Україні. Економічний вісник університету. 2015. Вип. № 27/1. С. 178-183.
10. Мельник Я. Шляхи удосконалення системи фінансування закладів освіти: регіональний аспект. Збірник наукових праць. 2012. Вип. 33. С. 202-208.
11. Фінансове забезпечення закладів освіти під призвою нового Закону про освіту. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bb/2017/october/issue-39/article-31417.html>
12. Бучковська Я.Г., Баранецька О.В. Фінансування освіти в Україні: стан та перспективи. Університетські наукові записки. 2017. №64. с. 259-271. URL: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1633.pdf>
13. В. Оптимізація джерел фінансового забезпечення освіти в Україні. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2015/оптимізація-джерел-фінансового-забе/>
14. Височан, О. С. Принципи, методи і механізм фінансування бюджетних установ : зб. наук. праць. Тернопіль: Видавничополіграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. Том 19. № 1. С. 171-177.
15. Шкільна реформа: нові доплати та обов’язкова домедична допомога, педагогічна інтернатура та індивідуальні освітні траєкторії. URL: <https://pedpresa.ua/197815-shkilna-reforma-novi-doplatty-ta-obov-yazkova-dome-dychna-dopomoga-pedagogichna-internatura-ta-individualni-osvitni-trayekto-riyi.html>
16. Освітня реформа: результати та перспективи інформаційно-аналітичний збірник. К. 2019. 227 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/Serpneva%20conferencija/2019/Institut-osv-analitiki.pdf>
17. Биков В.Ю. Моделі системи освіти і освітнього середовища. URL: [http://lib.iitta.gov.ua/1167/1/Моделі\\_системи\\_освіти\\_і\\_освітнього\\_середовища.pdf](http://lib.iitta.gov.ua/1167/1/Моделі_системи_освіти_і_освітнього_середовища.pdf)
18. Гальченко М.О. Розробка моделі удосконалення управління методичною роботою в Пришибській ЗОШ І – III ступенів. URL: <https://vseosvita.ua/library/diplomna-robota-rozrobka-modeli-udoskonallenna-upravlinna-metodicnou-robotou-v-prisibskij-zos-i-iii-stupeniv-99494.html>

### References

1. Blagoj V. V. Osoblivosti rozvitku trudovogo potencialu vitchiznyanoi ekonomiki v umovah konkurenciyi. Aktualni problemi ta napryami rozvitku potencialu socialnoekonomichnih sistem v umovah konkurenciyi: monografiya. H. : FOP Panov A. M., Vidav. TOV «V spravi», 2017. S. 182-190.
2. Semiletova V. A. K voprosu ob osobennostyah obucheniya inostrannyh studentov v rossijskom vysshem uchebnom zavedenii. Lichnost, semya i obshestvo: voprosy pedagogiki i psihologi. Mater. XXXVIII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. № 3 (38). Novosibirsk: Izd. «SibAK», 2014. 240 s.
3. Nazarenko I. L. Upravlinnya potencialom pidpriemstv intelektualnogo biznesu. Aktualni problemi ta napryami rozvitku potencialu socialnoekonomichnih sistem v umovah konkurenciyi: monografiya. H. : FOP Panov A. M., Vidav. TOV «V spravi», 2017. S. 105-117.
4. Smachilo V. V. Sistemno-dinamichna model kadrovogo potencialu pidpriemstva. Aktualni problemi ta napryami rozvitku potencialu socialnoekonomichnih sistem v umovah konkurenciyi: monografiya. H. : FOP Panov A. M., Vidav. TOV «V spravi», 2017. S. 75-81.
5. Kalinichenko L. L. Lyudskij potencial v formuvanni humanistichnogo tipu ekonomichnogo rozvitku derzhavi. Aktualni problemi ta napryami rozvitku potencialu socialnoekonomichnih sistem v umovah konkurenciyi: monografiya. H. : FOP Panov A. M., Vidav. TOV «V spravi», 2017. S. 15-23.
6. Vidish M.M. Viyavlennya ta realizaciya resursnogo potencialu osvitnogo procesu vishogo navchalnogo zakladu u formuvanni politichnoyi kulturi majbutnih socialnih pracivnikov. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/znkp\\_sp\\_2015\\_24\\_4.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/znkp_sp_2015_24_4.pdf)
7. Osvita ta nauka. Veb-sajt. URL: <https://rdo.in.ua/direction/osvita-ta-nauka>
8. Kalenyuk I.S. Ekonomichna priroda ta osoblivosti rozvitku osvitnogo potencialu Ukrayini. Avtoreferat d.ek. nauk. Specialnist 08.01.01 – ekonomichna teoriya. Kiyiv. 2002. 27 s.
9. Kovernik N.V. Optimalni shlyahi finansovogo zabezpechennya osviti v Ukrayini. Ekonomichnij visnik universitetu. 2015. Vip. № 27/1. S. 178-183.
10. Melnik Ya. Shlyahi udoskonallennya sistemi finansuvannya zakladiv osviti: regionalnij aspekt. Zbirnik naukovih prac. 2012. Vip. 33. S. 202-208.
11. Finansove zabezpechennya zakladiv osviti pid prizmoju novogo Zakonu pro osvitu. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bb/2017/october/issue-39/article-31417.html>
12. Buchkovska Ya.G., Baranetska O.V. Finansuvannya osviti v ukrayini: stan ta perspektivi. Universitetski naukovi zapiski. 2017. №64. s. 259-271. URL: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1633.pdf>

- 
13. V. Optimizaciya dzherel finansovogo zabezpechennya osviti v Ukraini. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2015/optimizaciya-dzherel-finansovogo-zabe/>
14. Visochan, O. S. Principi, metodi i mehanizm finansuvannya byudzhethnih ustanov : zb. nauk. prac. Ternopil: Vidavnichopoligrafichnij centr Ternopil'skogo nacionalnogo ekonomichnogo universitetu "Ekonomichna dumka", 2015. Tom 19. № 1. S. 171-177.
15. Shkilna reforma: novi doplati ta obov'yazkova domedichna dopomoga, pedagogichna internatura ta individualni osvitni trayektoriyi. URL: <https://pedpresa.ua/197815-shkilna-reforma-novi-doplaty-ta-obov-yazkova-dome-dychna-dopomoga-pedagogichna-internatura-ta-individualni-osvitni-trayekto-riyi.html>
16. Osvitnya reforma: rezultati ta perspektivi informacijno-analitichnij zbirnik. K. 2019. 227 s. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/Serpneva%20conferentcia/2019/Institut-osv-analitiki.pdf>
17. Bikov V.Yu. Modeli sistemi osviti i osvitnogo seredovisha. [http://lib.iitta.gov.ua/1167/1/Modeli\\_sistemi\\_osviti\\_i\\_osvitnogo\\_seredovisha.pdf](http://lib.iitta.gov.ua/1167/1/Modeli_sistemi_osviti_i_osvitnogo_seredovisha.pdf)
18. Galchenko M.O. Rozrobka modeli udoskonalennya upravinnya metodichnoyu robotoyu v Prishibskij ZOSh I – III stupeniv. URL: <https://vseosvita.ua/library/diplomna-robota-rozrobka-modeli-udoskonalenna-upravinna-metodicnou-robotou-v-prisibskij-zos-i-iii-stupeniv-99494.html>

Рецензія/Peer review : 11.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 339.94

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-231-237

КУЦ Л. Л., ОМЕЛ'ЯНЧУК Ю. М.  
Тернопільський національний економічний університет

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

*У роботі проаналізовано трактування інтернаціоналізації компанії, узагальнено сучасні теорії інтернаціоналізації, які представляють механізм та динаміку процесу інтернаціоналізації компанії, та проаналізовано можливості їх використання вітчизняними підприємствами.*

*Ключові слова: інтернаціоналізація, підприємство, теорії інтернаціоналізації, концепції інтернаціоналізації*

KUTS L., OMELYANCHUK Y.  
Ternopil National Economic University

## THE THEORETICAL BASIS OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE MODERN WORLD

*The internationalization of companies against the background of globalization processes in the modern world is developing rapidly, its new models and forms are emerging. The latest trends in world business practice indicate the intensification of enterprise development on the basis of internationalization. A feature of the modern internationalization of the world economy is the involvement in this process of medium and even small companies. Also, the internationalization of enterprises, and, as a result, the integration of national economies into the global economic system is becoming a powerful additional source of economic growth in developing economies.*

*Strengthening the degree of internationalization of domestic enterprises is an irreversible process. Accordingly, Ukrainian enterprises in modern business conditions should emphasize internationalization in making management decisions. For them, development through internationalization is not only a choice, but also an objective reality and a necessity. There is a need to find the optimal model, forms and types of internationalization for domestic enterprises.*

*The article analyzes the interpretation of the concept of "internationalization of the company" and the description of the process of internationalization in the works of various scientists, which testified to the multifaceted, development and complication of this phenomenon in the modern world.*

*The theoretical approaches of the basic theories of internationalization process exploration, which try to explain its mechanism and dynamics, are summarized, the possibilities of their use by domestic enterprises are analyzed, they are applied to the analysis of the course and assessment of prospects of internationalization of domestic enterprises*

*Keywords: internationalization, enterprise, theories of internationalization, concepts of internationalization*

**Вступ.** Інтернаціоналізація компаній на фоні глобалізаційних процесів у сучасному світі розвивається стрімко, з'являються її нові моделі та форми. Останні тренди світової практики ведення бізнесу засвідчують активізацію розвитку підприємств на засадах інтернаціоналізації. Особливістю сучасної інтернаціоналізації світової економіки є втягування в цей процес середніх і навіть дрібних компаній. Також інтернаціоналізація підприємств, і, як результат, інтеграція національних економік у глобальну світову економічну систему стає потужним додатковим джерелом економічного зростання в країнах з економікою, що розвивається.

Посилення ступеня інтернаціоналізації вітчизняних підприємств є незворотним процесом. Відповідно, українським підприємствам в сучасних умовах господарювання слід у прийнятті управлінських рішень робити акцент на інтернаціоналізації. Для них розвиток шляхом інтернаціоналізації є не лише вибором, а й об'єктивною реальністю та необхідністю. Виникає потреба у пошуку оптимальної моделі, форм та видів інтернаціоналізації для вітчизняних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні основи інтернаціоналізації були закладені у працях Н. Пірей, Р. Вернона, Дж.Х. Даннінга, М. Портера, Х. Хеллмана, Р. Луостаріннена, К. Фонфара та ін. [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10], в яких науковці представили своє бачення сутності інтернаціоналізації компанії, концепції інтернаціоналізації, виокремили її види і форми. У наукових дослідженнях вітчизняних науковців (П. Г. Льчук [11], Я. Ф. Жовнірчик [12], Є. В. Переверзев [13], Мамонтенко Н.С., Бабенко К. В. [14] та ін.) розкриваються процеси інтернаціоналізації бізнесу, висвітлюються та класифікуються теорії інтернаціоналізації, аналізуються її переваги і чинники, форми проникнення й присутності підприємства на закордонних ринках.

Однак, інтернаціоналізація підприємств в сучасному світі як явище, що постійно ускладнюється й розвивається, потребує подальших всебічних ґрунтовних досліджень, зокрема в питаннях дослідження особливостей цього процесу відповідно до реальностей сьогодення; узагальнення сучасних теорій інтернаціоналізації з точки зору можливостей їх застосування у практиці вітчизняних підприємств.

**Постановка завдання.** Метою статті є з'ясування аспектів прояву процесу інтернаціоналізації підприємства в сучасному світі, дослідження сучасних теорій та моделей інтернаціоналізації компаній щодо можливостей їх застосування українськими підприємствами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Багатогранність інтернаціоналізації компанії ускладнює пошук в економічній літературі визначення, яке б повною мірою характеризувало цей процес. Переглядаючи публікації з цього питання, що інтенсивно почали розвиватися з початку 1980-х років, можна помітити багато спроб визначити поняття інтернаціоналізації компанії. Наприклад, Н. Ф. Пірей описує це поняття як передачу операцій компанії за кордон, прив'язуючи, таким чином, інтернаціоналізацію до фізичного створення підприємства за межами країни [4, с. 5]. Це визначення було розширено науковцями Х. Хеллман, Р. Луостаріннен [9], вони вважають інтернаціоналізацію як процес розширення участі компаній в міжнародному бізнесі, який включає в себе як внутрішні (пасивні) і зовнішні (активні) форми інтернаціоналізації компанії. Пасивні форми включають: імпорт, придбання ліцензій, використання франчайзингу, субпідряду для експортних компаній або співпрацю з іноземними підприємствами на території країни реєстрації компанії. Навпаки, активними формами взаємодії за кордоном визначили: експорт, прямі іноземні інвестиції, різні форми передачі капіталу та некапітального співробітництва, а також міжнародні стратегічні альянси. Така інтернаціоналізація не означає стратегію розвитку компанії, яка безпосередньо орієнтована лише на зовнішні ринки, а також на внутрішній ринок, який все більше інтегрується з глобальним ринком.

Багато економістів підкреслюють, що інтернаціоналізація – це процес, а не одноразовий акт, та визначають його як процес еволюційної зміни, подальшого збільшення рівня міжнародної прихильності компанії, яка є функцією зростання знань про зарубіжні ринки. Такі економісти, як Дж. Джохансон і Дж. Е. Валне [3] розглядають інтернаціоналізацію як процес послідовного та поетапного залучення підприємства на зовнішні ринки. У той час як К. Фонфара та ін. [10] розглядають інтернаціоналізацію як елемент стратегії розвитку компанії, пов'язану з її закордонною експансією. Згідно думки авторів, про інтернаціоналізацію компанії можна говорити тоді, коли принаймні один з продуктів пов'язаний із зовнішнім ринком, незалежно від форми цих зв'язків. Взагалі, інтернаціоналізація – це процес перетворення та спрямованість підприємства з внутрішнього ринку на міжнародний [10].

Труднощі у визначенні терміну інтернаціоналізації проявляються також у визначенні економічної теорії, яка всебічно пояснює цей процес. Найчастіше знані нам теорії пропонують статичний опис компанії на різних етапах її розвитку, не представивши механізму та динаміки процесу інтернаціоналізації. На основі аналізу економічної літератури, можна виділити чотири основні теорії, що намагаються пояснити процес інтернаціоналізації, а саме:

- теорія міжнародної торгівлі;
- теорія прямих іноземних інвестицій;
- теорія міжнародних корпоративних мереж;
- теорія поступового розширення міжнародного підприємства.

Теорія міжнародної торгівлі зосереджена на трьох проблемах. Перша – пояснити причину обороту товарів між двома країнами. Друга – визначення впливу дохідності та збитковості підприємств на економіку. Третя – зосередження на впливі торгової політики на економіку. Ці проблеми вказують на макроекономічний характер цієї теорії. Підприємства, які шукають місце для розміщення продукції за кордоном, будуть керуватися умовами в приймаючій країні, серед іншого, можливістю використовувати дешевші виробничі фактори. Це особливо важливо при прийнятті так званих експортно-орієнтованих іноземних інвестицій, оскільки продукція, що вироблена в компанії розташованій за кордоном, є більш конкурентоспроможною на закордонному ринку [7, с. 69-71].

Класична теорія міжнародної торгівлі пояснює дуже незначно сучасну модель зовнішньої торгівлі. Розвиток технологій, що наразі є одним з найважливіших виробничих факторів, спричинив виникнення кількох трактувань теорії міжнародної торгівлі. Найважливіші з них включають теорію міжнародного життєвого циклу продукту Р. Вернона та її модифікації [2]. Дана теорія представляє собою модель розширення фірми на зовнішні ринки, та пояснює розташування виробництва і напрями експорту та імпорту підприємства, яке є міжнародною корпорацією. Автор виділив три фази циклу і відповідність цієї фази до форми інтернаціоналізації:

- фаза інноваційного продукту – новий продукт виробляють і споживають у зростаючих масштабах лише в тій країні, де його було розроблено. Зазвичай виробництво починається з невеликих масштабів і повністю орієнтоване на внутрішній ринок;
- фаза зрілості продукту – продукт стає доволі популярним на міжнародному ринку, його виробництво (або частина виробництва) переноситься в країни з меншими витратами на виробничий процес і продукт імпортується в країну материнської компанії;
- фаза падіння виробництва товару – розташування виробництва в країнах з нижчими витратами виробництва витісняє внутрішнє виробництво і фірмі більш вигідно імпортувати свій продукт з іншої країни, аніж виробляти на власних потужностях, виробництво в середині країни зупиняється як не рентабельне.

Вищевикладена теорія поступово почала втрачати свою суть у зв'язку зі швидким розвитком міжнародної торгівлі, тому Р. Вернон змінив її. Перш за все він збагатив її елементами теорії олігополістичної конкуренції. Кожна фаза життєвого циклу продукту відповідає окремій стадії розвитку



олігополії (інноваційній, зрілій, спадаючій). На думку автора, фірма в умовах інноваційної олігополії має перевагу порівняно з іншими компаніями через виняткове володіння і розпорядження сучасною технологією. На цьому етапі компанія, яка виводить новий продукт на ринок, захищена від конкуренції бар'єром інновацій. Цей бар'єр з часом зменшується, оскільки технологічні знання можуть бути перехоплені або повторені конкурентами [2]. Щоб запобігти цьому та не втратити ринки збуту, компанія здійснює прямі іноземні інвестиції, які дозволяють їй зберігати монополію на ринку. На цьому етапі компанія має характеристики зрілої олігополії, перевага якої в тому, що сучасна технологія замінюється перевагою, отриманою внаслідок можливості скористатися масштабом виробництва. На цьому етапі компанія стає експортером продукту на ринки з аналогічним рівнем розвитку. Однак, оскільки продукт стандартизується, коли збільшується можливість його дублювання іншими компаніями, компанія-початковий виробник переводить свою продукцію в країни, що розвиваються, одночасно шукаючи більш дешеві виробничі фактори та нові ринки збуту. Це останній етап існування олігополії, так звана застаріла олігополія, що дозволяє розширити міжнародний життєвий цикл продукту.

Теорія прямих іноземних інвестицій виникає в результаті досліджень сутності та причин такого явища як розміри та темпи зростання прямих іноземних інвестицій у світі [15, с. 175-178]. Відмінності у сприйнятті дослідниками цієї форми інтернаціоналізації спричинили розробку багатьох теорій, які пояснювали зазначений процес. Автори цих концепцій зосередилися на пошуку відповідей на три основні питання:

- які фактори перетворюють вітчизняну компанію на міжнародну?
- які фактори впливають на отримання конкурентної переваги компанією на зовнішніх економічних ринках?
- які фактори визначають вибір країни розташування прямих іноземних інвестицій?

Прямі іноземні інвестиції вважаються найбільш вигідною та безпечною формою міжнародних потоків капіталу, а також фінансуванням процесів реструктуризації та розвитку. Є найбільш ефективним способом, щоб отримати прямий доступ до сучасних методів і технологій у сфері виробництва та управління, а також до зарубіжних ринків збуту.

Правильно визначити сутність прямих іноземних інвестицій доволі складно, про що свідчить відсутність єдиного, загальноприйнятого визначення цієї економічної категорії. Відокремлення прямих іноземних інвестицій від більш широкої концепції іноземних інвестицій є результатом розмежування двох основних категорій у цьому напрямку – непрямих інвестицій та прямих інвестицій.

Прямі інвестиції основною метою мають досягнення та підтримку впливу на діяльність суб'єкта, в який їх інвестовано. З іншого боку, непрямі інвестиції мають фінансовий характер, основним їх призначенням є отримання прибутку від придбаних акцій або одержання дивідендного доходу. Прямі іноземні інвестиції – це особлива форма міжнародної торгівлі капіталом. Як наслідок, відбувається не тільки переказ грошових коштів, а й передача конкретних інвестиційних товарів. У країнах, що переживають політичну трансформацію, включаючи Україну, існує постійна необхідність модернізації економіки. Прямі іноземні інвестиції є інструментом, який суттєво на це впливає.

Теоретичне вирішення перших двох завдань, наведених вище, було описано з точки зору залучення прямих іноземних інвестицій, і тому вони мають характер мікроекономічних теорій. Однак третя проблема пояснюється з точки зору країни, яка є місцем розташування інвестицій, що дає цій теорії макроекономічний характер.

Вивчення цього питання представлено в контексті еkleктичної теорії міжнародного виробництва Дж. Х. Даннінга [5], яку широко розглядають як загальну теорію прямих іноземних інвестицій. Автор постійно оновлює її і збагачує новими елементами, що, здається, зрозуміло через постійні зміни у середовищі міжнародних корпорацій. Еkleктичний характер представленої теорії впливає з трьох причин. Перш за все, це синтез трьох раніше сформованих концепцій, а саме:

- теорії монополіюних переваг, зосередженій на аналізі причин прямих іноземних інвестицій з точки зору міжнародних корпорацій;
- теорії інтернаціоналізації, яка передбачає, що зовнішній ринок не є найбільш ефективною формою співпраці, і, отже, він повинен бути замінений на ринок, створений в рамках міжнародної організаційної структури корпорації;
- теорії факторів розташування, що визначає детермінанти, які впливають на вибір приймаючої країни прямих іноземних інвестицій.

По-друге, еkleктична теорія міжнародного виробництва також пов'язана з тим, що її можна використати для інтерпретації всіх видів прямих інвестицій.

По-третє, ця теорія враховує три основні форми інтернаціоналізації підприємств – експортні операції, міжнародні договори і прямі іноземні інвестиції – і вибирає найбільш ефективну форму з точки зору компанії. Дж. Даннінг висуває гіпотезу, що підприємство приймає рішення щодо виходу фірми на зовнішній ринок лише за умови, якщо його операції за кордоном будуть вигіднішими, ніж у своїй власній країні. Цю мету буде досягнуто, якщо вона відповідатиме трьом умовам [5]:

- підприємство має активи, які не мають інші компанії, що працюють на зовнішньому ринку;

- підприємство використовує ці активи безпосередньо, та не надає до них доступу іншим компаніям;
- підприємство знаходить сприятливе місце для виробництва за кордоном.

Задоволення всіх вищезгаданих умов гарантує, що іноземна компанія досягне конкурентних переваг порівняно з перед місцевими компаніями країни перебування.

Перевага обговорюваної теорії полягає в динамічній заангажованості та участі підприємства в товарообороті на зовнішніх ринках, починаючи від реалізації різних міжнародних договорів, що мають кооперативний характер, шляхом експорту та прямих іноземних інвестицій.

Теорія міжнародних корпоративних мереж [7] базується на тому, що рішення про вихід на міжнародний ринок, незалежно від його форми, повинно здійснюватися раціональним шляхом, на основі порівняння трансакційних витрат та витрат на внутрішньому ринку міжнародної корпорації.

До трансакційних витрат, тобто витрат на ринкові договори з незалежними юридичними особами, відносять:

- витрати інформаційного характеру для сторін що хочуть укласти договір;
- витрати на переговори про умови та ціну договору;
- формулювання договору;
- вартість контролю за здійсненням договору.

Для того, щоб уникнути цих витрат або їх мінімізувати, транснаціональні корпорації будують свій внутрішній ринок між материнською компанією і компаніями-дочками (філіями, дочірніми компаніями), на якому проявляється чітке розподілення виробничих функцій та факторів між компаніями.

Компанії, що працюють у структурі корпорації на іноземному ринку, знаходяться в більш вигідному конкурентному становищі порівняно з компаніями поза корпорацією, тому що вони захищені перевагою корпоративної власності на їх активи. Відповідно корпорація зацікавлена, щоб дохід від їх діяльності лишався в структурі корпорації та не було ризику виявлення корпоративних таємниць.

Створення внутрішнього міжнародного ринку для підприємства є поступовим і вимагає тривалого періоду. Результатом такого процесу є створення корпоративної мережі, в якій кожна компанія встановлює та розвиває ділові відносини з іншими. У відповідь на швидкий розвиток міжнародних корпорацій з'явилася теорія міжнародної мережі зв'язків, яка намагається пояснити інтернаціоналізацію цих бізнес-організацій. З точки зору цієї теорії інтернаціоналізація сприймається як розвиток мережі економічних зв'язків за межами своєї країни, шляхом охоплення та інтеграції своєї діяльності на міжнародних ринках. Розширення міжнародної мережі відбувається шляхом залучення іноземних інвестицій (злиття, поглинання, відкриття нових філій), в результаті чого нові учасники корпоративної мережі часто перебувають у країнах, де корпорація ще не функціонувала [11, с. 380-383].

Для компанії, яка порівняно з іншою в даній галузі раніше почала інтернаціоналізацію і яка першою ініціювала процес побудови мережі, попит на її продукцію на нових ринках справляє сильний виробничий тиск. Витрати на його задоволення та витрати на придбання необхідних знань, зазвичай дуже високі. Тому кількісна адаптація ресурсів відіграє важливу роль у цьому процесі, оскільки виробничі потужності компанії повинні збільшуватися у відповідь на зростаючий попит на зовнішніх ринках. Існує також потреба в якісній корекції ресурсів, що є результатом відмінностей між ринками, та обсягом знань про них, коли фірма виходить на нові ринки.

Проблеми, з якими стикається компанія, яка порівняно пізно починає інтернаціоналізацію, мають інший тип, ніж представлені вище. З одного боку, компанії, які вже мають стабільну структуральну мережу, можуть ефективно протистояти компаніям, які тільки намагаються вийти на міжнародні ринки. З іншого боку, постачальники та/або одержувачі, які вже працюють у міжнародній мережі, можуть залучати нові компанії, найчастіше як субпідряд. У цьому випадку новачкам буде потрібно корегувати свої ресурси, оскільки координація дій в міжнародній мережі є ключовою. В разі попиту на продукцію компанія зі спеціалізованим бізнес-профілем може легко адаптуватися до потреб такої мережі.

У ситуації, коли вже існує поділ ринків транснаціональних корпорацій, організованих у мережі, дуже важко ввійти в таку структуру. Тому злиття і поглинання, альянси, спільні підприємства та співпраця часто можуть бути єдиним способом для нових компаній щодо входження в міжнародні мережі.

З огляду на сучасну ситуацію та позицію українських підприємств на міжнародних ринках, на нашу думку, вони включені до групи тих, хто ще не розпочав процес інтернаціоналізації. Отож можна передбачити, що вступ на міжнародні ринки для багатьох з них буде важким або навіть неможливим через дуже високу «ціну» входу, а також через стратегії розвитку транснаціональних корпорацій, наділених владою монополії, ефективно відстоювати свої позиції на ринку.

Можливості інтернаціоналізації будуть з'являються на міжнародних ринках для тих компаній, які будуть мати конкурентний ресурс, не зайняту нішу ринку, будуть поступово будувати свою власну мережу. Або для тих, які пропонують інноваційні, високо спеціалізовані продукти для компаній, які вже працюють в мережевій структурі.

Теорія поступового розширення міжнародного підприємства. У літературі з цього питання також можна знайти спроби пояснити розширення підприємства на зовнішні ринки через призму визначення етапів його інтернаціоналізації [7, с. 243], взявши за критерій, що інституційна присутність компанії за

кордоном визначається ключовою відмінністю між двома групами видів її інтернаціоналізації, а саме:

- види, які не вимагають від компанії інституційної присутності на зовнішніх ринках (експорт, імпорт, бартер, продаж ліцензій, франчайзинг та лізинг);
- види, що вимагають інституційної присутності компанії за кордоном (управлінські контракти, будівництво «під ключ», створення комерційного відділення, філії, дочірньої компанії).

Зазначимо, що представлений вище поділ видів та форм інтернаціоналізації не передбачає необхідності поступового виходу компанії на міжнародні ринки. Вибір форми виходу на ці ринки залежить насамперед від стратегії розвитку компанії, її поточної позиції на ринку та наявних ресурсів.

На нашу думку, найцікавіша модель інтернаціоналізації компанії, з точки зору можливості застосування даного досвіду українськими компаніями при виході на зовнішні ринки, розроблена співробітниками Упсальського Університету в Швеції і має назву упсальська модель. Її автори Й. Йохансон та Й. Вахл створили концепцію поступового збільшення участі компанії на зовнішньому ринку у відповідь на розвиток її знань про цей ринок [3]. Основними дослідницькими гіпотезами в цій моделі є:

- 1) брак знань про іноземний ринок є значним бар'єром для виходу компанії на цей ринок;
- 2) зростаючий обсяг знань про конкретний зарубіжний ринок необхідний для того, щоб збільшити ступінь участі компанії на ньому, що дозволить перейти на вищий щабель інтернаціоналізації;
- 3) збільшення участі компанії на конкретному іноземному ринку сприяє процесу її інтернаціоналізації в інших країнах.

Автори моделі припустили, що поступовий розвиток діяльності компанії на міжнародних ринках має ступінь високого ризику, спричинений недостатнім знанням цих ринків. Необхідність поступового розвитку в процесах інтернаціоналізації пояснюється поняттям "психологічної відстані", що виникає внаслідок культурних та мовних відмінностей, системи освіти, ділової практики рідної країни компанії та країни потенційного експорту. "Психологічна відстань" визначається чинниками, які перешкоджають або порушують потік інформації між компанією та ринком, на якому вона функціонує. На думку авторів цієї концепції, компанії спочатку розширюються на ринки, які "психологічно" ближче до материнського ринку компанії, що спрощують процеси керування і зменшують потенційні ризики фінансових втрат. Тоді вони, використовуючи знання, отримані на схожих до материнського закордонних ринках, поширюють діяльність компанії на ринки з більшою "психологічною відстанню".

Упсальська модель є своєрідною схемою, яка пояснює інтернаціоналізацію підприємства на всіх його етапах, тому можна сказати, що вона універсальна для багатьох компаній. Варто зазначити, що дана модель має динамічний характер. Елементи цієї моделі взаємодіють один з одним та направлені до розвитку процесу інтернаціоналізації. Структура цієї моделі складається з двох фаз (частин). Перша з них – поточний стан (рівень) інтернаціоналізації компанії залежить від знань про іноземний ринок та залучених туди ресурсів. Друга охоплює поточну діяльність компанії та процес прийняття рішення щодо збільшення участі на зовнішньому ринку. Важливою особливістю цієї моделі є припущення, що існує позитивна кореляція між станом знань про зовнішній ринок та ступенем використання ресурсів компанії на ньому, а також станом поточних операцій компанії і прийняттям рішень щодо збільшення рівня іноземних інвестицій.

Знання ринку є надзвичайно важливим для підприємства, оскільки це є основою для прийняття рішень про входження та інтернаціоналізацію на зовнішні ринки. Ці знання відносяться до знань поточного і майбутнього попиту і пропозиції продукту, виготовленого компанією, типу і ступеня конкуренції, розподілу каналів, форм і умов оплати, умов передачі капіталу і прибутку. Ці фактори відрізняються залежно від країни, але також змінюються в різні періоди в межах однієї країни [16, с. 456].

Знання слід розглядати як цінний ресурс підприємства, який дає змогу здійснювати розширення та розвиток на міжнародних ринках. Автори розрізняють різні типи знань у контексті моделі. Серед іншого, вони виділяють, що знання інформують компанію про можливості та труднощі виходу на зовнішній ринок.

Класифікація знань про зовнішній ринок розрізняє об'єктивні знання та спеціальні знання. Першого роду знання можуть бути відносно легко придбані компанією, будь хто може отримати їх. З іншого боку спеціальні знання, яких компанія не має при виході на зовнішній ринок, набуваються поступово і вони можуть бути отримані тільки через особистий аналіз даного ринку, часто це довготривалі процеси з урахуванням власних помилок. Важливою особливістю спеціальних знань є те, що вони є основою для розуміння та посилення можливостей міжнародного розвитку підприємства.

Автори даної моделі визначають різницю між загальними знаннями, які можуть бути використані та повторені на багатьох зовнішніх ринках, незалежно від їх географічного розташування, та спеціальними знаннями, які надають інформацію про певний ринок і тому не можуть бути використані для інших закордонних ринків.

Вибір країни, до якої компанія буде експортувати свою продукцію або в якій вона буде здійснювати виробничу діяльність, вимагає як загальних, так і спеціальних знань. Хоча загальні знання можуть бути перенесені з однієї країни в іншу, особливо коли вони не розділяються великою "психологічною відстанню", спеціальні знання можна отримати лише завдяки досвіду, накопиченого на конкретному іноземному ринку.

Існує прямий зв'язок між різними типами знань про іноземний ринок та ступенем інтеграції компанії до цього ринку. Чим більше знань, тим більший ступінь інтеграції підприємств на зовнішній ринок. Особливо це стосується спеціальних знань [16, с. 511].

Участь компанії на міжнародному ринку є наслідком здатності компанії досягти та підтримувати вигідні позиції на національному ринку, здатності придбати та розвивати ресурси, необхідні для процесу інтернаціоналізації. Саме ресурси є джерелом конкурентних переваг на зовнішніх ринках. У цьому контексті модель підкреслює особливу важливість нематеріальних ресурсів при розробці міжнародної стратегії розвитку підприємства. Вихід на ринок зарубіжних країн залежить від розміру ресурсів, що знаходяться там, та способу їх використання, що в основному визначається типом зв'язків компанії з іноземним ринком.

Розширення діяльності компанії на зовнішній ринок супроводжується різними ризиками. В упсальській моделі інтернаціоналізації представлено поступове та послідовне використання ресурсів як спосіб мінімізувати потенційні ризики. Чотири елементи, які складають модель інтернаціоналізації Упсала, позитивно співвіднесені один з одним. Хоча автори прямо не вказують, який з цих елементів є найбільш важливим, або який з них ініціює процес виведення компанії на зовнішній ринок, але можна побудувати ланцюжок взаємин між цими елементами. Першою ланкою в цьому ланцюзі буде поточна діяльність компанії; другою – її входження на зовнішній ринок; наступна третя – придбання та розвиток знань ринку; і остання – рішення про збільшення участі компанії на зовнішньому ринку.

Представлена модель послідовного та етапного розвитку підприємства на закордонних ринках мало використовується при поясненні інтернаціоналізації міжнародних корпорацій. Однак для малих підприємств, які починають працювати за кордоном, ця модель діє.

**Висновки.** Таким чином, трактування поняття „інтернаціоналізація компанії” й опис процесу інтернаціоналізації у працях різних науковців засвідчує багатоаспектність, розвиток й ускладнення цього явища в сучасному світі. Узагальнення теоретичних підходів основних теорій дослідження процесу інтернаціоналізації, які намагаються пояснити його механізм і динаміку, дає змогу розуміти перебіг та оцінити перспективи інтернаціоналізації вітчизняних підприємств. Спостерігаючи процес інтернаціоналізації українських компаній, можна сказати, що більшість з них почали свою діяльність на зовнішніх ринках при експорті, спочатку непрямому, а потім прямому, поступово переходячи в наступну фазу взаємодії з зовнішнім ринком. Більшість українських компаній зупиняються на першому етапі інтернаціоналізації (експорту), і лише деякі з них мають достатні ресурси для здійснення прямих іноземних інвестицій. Однак можна припустити, що, оскільки їхні знання про зовнішні ринки зростають і стратегічні ресурси збільшуються, ступінь інтернаціоналізації їх ділової активності буде зростати. Також можна передбачити, що можливості інтернаціоналізації будуть з'являються на міжнародних ринках для тих вітчизняних компаній, які будуть мати конкурентний ресурс, не зайняту нішу ринку, будуть поступово будувати свою власну мережу, або ж для тих, які пропонують інноваційні, високо спеціалізовані продукти для компаній, які вже працюють в мережевій структурі.

Перспективою подальших досліджень є побудова комплексної моделі інтернаціоналізації підприємства.

### Література

1. Hirsch S. The Product Cycle Model of International Trade – a Multi-country cross-section analysis. 1975. Vol. 37.x N4. November. Pp. 305-317.
2. Vernon, R. The product cycle in a new international environment. Oxford Bulletin of Economics and Statistics. 1979.л Vol. 41, N 4.л P. 255-267.
3. Johanson J., Vahlne J. E. The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. URL: <http://link.springer.com/article/10.1057%2Fjibs.2009.24>.
4. Pieray N. Company Internationalisation: Active and Reactive Exporting. European Journal of Marketing. 1981. Vol. 15. N3. Pp. 26-40.
5. Dunning J. H. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions / Journal of International Business Studies. 1988. Vol. 19. Issue 1. Spring. P. 1–31.
6. Dunning J. H. The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. International Journal of the Economics of Business. 2001. Vol. 8, № 2. P. 173–190.
7. Misala J. Zarys teoretycznych podstaw rozwoju długookresowych przewag konkurencyjnych w handlu międzynarodowym ze szczególny muwzględnieniem ich istoty, czynników determinujących i ich analizy. Nr 309. Warszawa. 2012. URL: [http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/IGS-KGS/publikacje/Documents/Misala\\_309.pdf](http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/IGS-KGS/publikacje/Documents/Misala_309.pdf)
8. Портер М. Международная конкуренция .Москва: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
9. R. Luostarinen H. Hellman The Internationalization Processes and Strategies of Finnish Family Firms (CIBR Working papers; no. Y-1) URL: [https://research.aalto.fi/en/publications/the-internationalization-processes-and-strategies-of-finnish-family-firms\(9f35c9fc-6840-4a58-b74f-c04c4bee9371\).html](https://research.aalto.fi/en/publications/the-internationalization-processes-and-strategies-of-finnish-family-firms(9f35c9fc-6840-4a58-b74f-c04c4bee9371).html)
10. Fonfara K., Gorynia M. Najlepszy E., Schroeder J. Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym / pod. red. nauk. M. Gorynia. Poznan: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej. 2000. 234 s.
11. Льчук П. Г. Переваги інтернаціоналізації підприємств. Інноваційна економіка. 2014. № 4. С. 128–134.
12. Жовнірчик Я. Ф. Процеси інтернаціоналізації та глобалізації на сучасному етапі розвитку та посилення взаємозалежності національних економік. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=388>
13. Переверзев С. В. Інтернаціоналізація бізнесу в західних економічних концепціях. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. № 6 (51), ч. 1. 2011. С.153-158.
14. Мамонтенко Н.С., Бабенко К. В. Виклики інтернаціоналізації підприємства: від прийняття рішення до розробки стратегії. Причорноморські економічні студії. 2016. № 11. С. 154–156.
15. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. 2 ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 386 с.
16. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Сіваченко І.Ю., Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник; 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 792 с.

## References

1. Hirsch S. The Product Cycle Model of International Trade – a Multi-country cross-section analysis. 1975. Vol. 37.h N4. November. Pp. 305-317.
2. Vernon, R. The product cycle in a new international environment. Oxford Bulletin of Economics and Statistics. 1979.1 Vol. 41, N 4.1 P. 255-267.
3. Johanson J., Vahlne J. E. The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. URL: <http://link.springer.com/article/10.1057%2Fjibs.2009.24>.
4. Pieray N. Company Internationalisation: Active and Reactive Exporting. European Journal of Marketing. 1981. Vol. 15. N3. Pp. 26-40.
5. Dunning J. H. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions / .Journal of International Business Studies.1988. Vol. 19. Issue 1. Spring. P. 1–31.
6. Dunning J. H. The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. International Journal of the Economics of Business. 2001. Vol. 8, № 2. R. 173–190.
7. Misala J. Zarys teoretycznych podstaw rozwoju dlugookresowych przewag konkurencyjnych w handlu miedzynarodowym ze szczegolny muwzglesnieniem ich istoty, czynnikow determinujacych i ich analizy. Nr 309. Warszawa. 2012. URL: [http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/IGS-KGS/publikacje/Documents/Misala\\_309.pdf](http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/IGS-KGS/publikacje/Documents/Misala_309.pdf)
8. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurenciya .Moskva: Mezhdunar. otnosheniya, 1993. 896 s.
9. R. Luostarinen H. Hellman The Internationalization Processes and Strategies of Finnish Family Firms (CIBR Working papers; no. Y-1) URL: [https://research.aalto.fi/en/publications/the-internationalization-processes-and-strategies-of-finnish-family-firms\(9f35c9fc-6840-4a58-b74f-c04c4bee9371\).html](https://research.aalto.fi/en/publications/the-internationalization-processes-and-strategies-of-finnish-family-firms(9f35c9fc-6840-4a58-b74f-c04c4bee9371).html)
10. Fonfara K., Gorynia M. Najlepszy E., Schroeder J. Strategie przedsiebiorstw w biznesie miedzynarodowym / pod. red. nauk. M. Gorynia. Poznan: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, 2000. 234 s.
11. Ilchuk P. G. Perevagi internacionalizaciyi pidpriyemstv. Innovacijna ekonomika. 2014. № 4. S. 128–134.
12. Zhovnrchik Ya. F. Procesi internacionalizaciyi ta globalizaciyi na suchasnomu etapi rozvitku ta posilennya vzayemozalezhnosti nacionalnih ekonomik. Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvitok. 2012. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=388>
13. Pereverzyev Ye. V. Internacionalizaciya biznesu v zahidnih ekonomichnih koncepciyah. Naukovij visnik Poltavskogo universitetu ekonomiki i torgivli. № 6 (51), ch. 1. 2011. S.153-158.
14. Mamontenko N.S., Babenko K. V. Vikliki internacionalizaciyi pidpriyemstva: vid priynyattya rishennya do rozrobki strategiyi. Prichornomorski ekonomichni studiyi. 2016. № 11. S. 154–156.
15. Kirichenko O. A. Menedzhment zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti: Pidruchnik. 2 ge vid., pererob. i dop. Kiyiv: Znannya, 2008. 386 s.
16. Kozak Yu.G., Logvinova N.S., Sivachenko I.Yu., Zovnishnoekonomichna diyalnist pidpriyemstv: Navchalnij posibnik; 2-ge vid., pererob. ta dop. Kiyiv: Centr navchalnoyi literaturi, 2006. 792 s.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018    Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 332.1:37.014.544]:339.138

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-238-241

КРУПЕННА І. А., РОМАНЮК Н. В.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

## МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО СТРУКТУРИ ВИХІДНИХ ЧИННИКІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ

*У статті обґрунтовано, що структуру та зміст чинників створення, трансформації, перетворення, оновлення регіональної освітньої мережі (РОМ) доцільно формувати на основі маркетингового підходу. Доповнюючи напрацювання дослідників регіональних освітніх мереж запропоновано перелік чинників кожного рівня зовнішнього середовища, розглянуто їх особливості. Вказано, що за маркетинговим підходом внутрішнє середовище РОМ формується основними підсистемами та елементами комплексу маркетингу.*

*Ключові слова: маркетинговий підхід, регіональна освітня мережа, зовнішнє середовище організації, внутрішнє середовище організації, чинники середовища?*

KRUPENNA I., ROMANIUK N.

Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University

## MARKETING APPROACH TO THE STRUCTURE OF OUTPUT FACTORS OF TRANSFORMATION OF THE REGIONAL EDUCATIONAL NETWORK

*It is stated that the structure and content of the structure and content of the factors of transformation, regional educational network (REN) updating is worth to form on the basis of marketing approach. It is formed the register of macroenvironmental factors of REN and their peculiarities are considered. The register of macroenvironmental factors including general factors; educational assets; the factors of spatial development; factors of resource security; factors of economic development; social assets; information and digital assets are proposed. The factors of macroenvironment directly related to regional knowledge market and concerning the REN and its capabilities are identified. The composition of internal environment factors presented by basic regional educational network's subsystems: organizational, contractual, governmental, educational, methodical, scientific, informational, innovational, marketing, economical, infrastructural is proposed. It is stated that the ROM's internal environment is formed on the basis of marketing complex according to marketing approach.*

*Keyword: marketing approach, regional educational network, external environment of the organization, internal environment of the organization, environmental factors*

Регіональна освітня мережа (РОМ) за маркетинговим підходом як складна та відкрита система формується, трансформується, перетворюється, оновлюється під впливом ендогенних та екзогенних (внутрішніх і зовнішніх), контрольованих і неконтрольованих чинників багаторівневого середовища. В основі популярного сьогодні маркетингового підходу до освітньої галузі лежить справедливий ринковий принцип – «освітні заклади мають успіх до тих пір, поки їх товари та послуги будуть відповідати маркетинговому середовищу» [1, с.150].

Метою статті є дослідження структури та змісту вихідних чинників трансформації регіональної освітньої мережі за маркетинговим підходом. Склад та зміст чинників, які визначають формування, функціонування, трансформацію та розвиток регіональної освітньої мережі досліджували фахівців Інституту прогнозування НАН України [2], Інститут регіональних досліджень імені М.Долішнього НАН України, І.Немцева (І.Крупенна) [5], О. Толстогузова [7], О. Ляшенко та І. Турський [3], Ю.Шабалін [9] та інші. Однак, маркетинговий підхід, який активно обговорюється та підтримується, практично усіма дослідниками, не отримав чіткого методологічного та методичного підкріплення. Ми пропонуємо розглядати структуру чинників, які впливають на формування, функціонування та розвиток як регіональних освітніх мереж, так і окремих закладів освіти, як багаторівневу сукупність факторів внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища, структуруючи останнє на макро-, мезо- та мікросередовище.

Загальноринкові фактори, або фактори макросередовища, не підлягають контролю окремих регіональних систем та мереж, окремого навчального закладу і включають міжнародні, політико-правові, економічні, демографічні, національні, соціокультурні, науково-технічні фактори. Для їх дослідження доцільно використовувати кабінетне дослідження методом моніторингу, який передбачає систематичне спостереження за станом зовнішнього середовища з метою інформаційної підтримки управлінських рішень, контролю процесів формування, функціонування РОМ, попередження небажаних відхилень найважливіших параметрів середовища, виявлення тенденцій динаміки та корекції напрямів розвитку РОМ та окремих освітніх закладів. Макросередовище регіональної освітньої мережі формується такими чинниками:

- міжнародні чинники – пов'язані з глобалізацією, інтернаціоналізацією, регіоналізацією, інформатизацією, інтеграцією, вестернізацією або їх поєднанням, формуванням суспільства знань на основі неперервної освіти тощо. Наприклад, концепція неперервної освіти торкається як організаційного, так і ціннісного рівня РОМ: необхідність врахування віку, фізичних та розумових особливостей, мови, культури

та економічної нерівності споживачів; нечіткості часового терміну здобуття освіти; зміни форм викладання, у зв'язку з популярністю дистанційних та інтернет-курсів; необхідність реструктуризації процесу передачі суми знань на користь активного оволодіння компетенціями, які дозволять самостійно здобувати нове знання, опановувати технології, формувати практичні навички; індивідуалізація навчання, підвищення ролі споживача у виборі «траєкторії» формування знань з урахуванням різних джерел інформації;

- політичні та нормативно-правові чинники – формуються правовими актами у сфері освіти, визначають договірні відносини між учасниками мережі, забезпечують стабільність правового забезпечення ринку знань, визначають рівень державного регулювання створення, акумулювання, передачі та дифузії знань;

- соціально-демографічні фактори включають: зміну демографічної структури населення; демографічні тенденції (народжуваність, міграційні процеси); ставлення до освіти в суспільстві (популярність або престижність вищої освіти); тенденції у сфері освіти (популярність тих чи інших спеціальностей); тенденції формування переваг у способах отримання освіти; вплив релігії на сферу освіти; потреби суспільства і роль освіти у вихованні; географічна та соціальна мобільність населення (наприклад, ставлення до перекваліфікації); нерівність доступу до освіти; активність споживачів освітніх послуг; ступінь корупції; ставлення до фаворитизму, протекціонізму замість компетентності; престижність і ділова репутація освітніх закладів.

- соціально-культурні - пов'язані з соціальними процесами, що відбуваються в суспільстві, і діями окремих соціальних груп, рівнем культурного та духовного розвитку, традиціями, історією релігійними переконаннями, менталітетом;

- економічні – обумовлені динамікою змін макроекономічних показників, рівнем економічного розвитку і конкурентоспроможності держави, рівнем бюджетного фінансування освіти, соціального захисту населення тощо;

- науково-технічні чинники – формують чинники, пов'язані з інноваціями, інтелектуальним потенціалом регіону, технологізацією освіти та взаємозв'язків у мережі;

- природно-географічні чинники – визначаються географічним розташуванням, кліматичними умовами, екологічним станом, природно-ресурсним потенціалом, станом довкілля, сусідським потенціалом регіону.

Важливість аналізу чинників мезосередовища регіональної освітньої визначається сучасною тенденцією світового соціокультурного розвитку – регіоналізацією різних сфер суспільного життя, у тому числі освіти. Активний дослідник регіонального освітнього простору Ю.Є.Шабалін обґрунтовує важливість регіоналізації «як інструменту модернізації освіти, переходу до особистісно-орієнтованої освітньої парадигми, пристосування системи освіти регіону до специфічних умов регіонального освітнього простору таким чином, щоб вона оптимально відображала своєрідність освітньої ситуації кожного регіону» [9]. Мезосередовище регіональної освітньої мережі «представлено регіональним освітнім простором – комплексом політичних, соціально-культурних, наукових, освітніх, економічних інститутів – державних і недержавних, офіційних і неофіційних» [5], формальних, неформальних, інформальних, спеціалізованими ЗМІ, громадськими організаціями, спеціалізованими порталами, сайтами, освітніми ресурсами, соціальними мережами, які функціонують в конкретному регіоні. Це зумовлює вектор розвитку регіональної освітньої мережі, зорієнтованої на економічне та соціальне замовлення регіону. Особливості розвитку освітнього простору регіону залежать значною мірою від освітніх потреб населення регіону, які визначають вибір освітніх програм, форм та методів навчання, технологій поширення знань, розташування мережі освітніх установ, співвідношення державних і недержавних освітніх установ, типи і види закладів формальної, неформальної та інформальної освіти, взаємозв'язків різних рівнів освіти, їх наступності. Тому система освіти в регіоні по суті є підсумком своєрідного компромісу між регіональними перевагами і потребами, з одного боку, можливостями регіонального освітнього простору – з іншого, освітніми інтересами і потребами та способами їх реалізації – з третьої [8, с. 11]. За основу виділення чинників мезосередовища, які впливають на формування регіональної освітньої мережі взяті пропозиції вітчизняних та зарубіжних вчених [2; 3; 5; 7]. У результаті встановлено, що до переліку чинників мезосередовища доцільно ввести:

- загальні чинники: географічне положення, геополітичне розміщення регіону, регіональна логістика, політична ситуація в регіоні, зрілість інститутів і якість управління регіоном, особливості взаємовідносин в системі управління регіоном та регіональною системою освіти, участь в асоціаціях, регіони-партнери, участь у міжнародних, міжрегіональних і транскордонних проектах, рівень розвитку процесів децентралізації;

- освітні активи: наявність регіональної системи трансферу знань, історія розвитку та специфіка регіональної освітньої системи, регіональна політика у сфері освіти, стан і тенденції розвитку ринку знань, регіональний освітній простір, доступ до якісної освіти, освітня та наукова інфраструктура, дозвіллево-навчальна інфраструктура;

- фактори просторового розвитку: адміністративний устрій, система розселення, точки концентрації населення, рівень урбанізації, розвиненість інфраструктури, облаштування територій, зональна організація регіону, каркас розвитку території (природне середовище і кліматична привабливість регіону для людей, які

володіють високим потенціалом і відповідними потребами; матеріальна частина інфраструктури наукової праці та інфраструктури місць проживання дослідників; інституційні та культурно-історичні [6] традиції території, пристосованість її середовища до розвитку інтелектуально насичених локалізацій);

- фактори ресурсної забезпеченості: природні умови і забезпеченість природними ресурсами, екологічні умови і стан навколишнього середовища, демографічна ситуація та статеві-вікова структура населення регіону, людський розвиток регіону, фінансування освіти, дохідні джерела;

- фактори економічного розвитку: ринкові умови, динаміка показників економічного розвитку регіону, особливості структури регіональної економіки, виробничий капітал, фінансовий капітал, науковий та інноваційний потенціал, частка високотехнологічного бізнесу, частка креативних галузей, матеріальний добробут населення, рівень економічної та споживчої активності населення, потреби регіонального бізнесу в кваліфікованій робочій силі, рівень підприємницької активності, розвиток ринку праці; пріоритетні та кризові галузі та сектори регіональної економіки, можливості диверсифікації суб'єктів регіональної економіки, зони і точки економічного зростання, потенціал розвитку малого і середнього підприємництва;

- соціальні активи: креативний потенціал населення регіону, соціально та економічно зацікавлений, професійно активний людський потенціал, якість населення, рівень освіти, етнічний склад населення, спрямованість міграційних процесів, інститути громадянського суспільства, приватно-державне партнерство та концесії, соціальна інфраструктура, стан та охорона здоров'я, субкультури, ділова культура регіонального бізнесу, умови проживання та відпочинку населення;

- інформаційні та цифрові активи: портфолію регіону; традиційні та електронні інформаційні ресурси; цифрові активи – фотографії, тексти в цифровій формі, криптовалюта, токени, персональні дані тощо; засоби зв'язку та послуги мережі Інтернет; рівень використання послуг мережі Інтернет населенням; доступ до інформаційних ресурсів, баз даних (Big Data); рівень використання ІКТ та послуг мережі Інтернет за галузями; рівень розвитку сектора ІКТ.

Мікросередовище формує чинники впливу тих юридичних і фізичних осіб, які мають прямі відносини з регіональним ринком знань і безпосередньо стосуються РОМ та її можливостей і тому, певною мірою, потрапляють під його вплив: споживачі послуг (сама регіональна система освіти, абітурієнти, студенти, наукова спільнота, розпорядники грантів, державні, муніципальні організації, фінансовий та реальний сектор регіональної економіки); ділові партнери (постачальники фінансових, матеріальних, методичних, технічних, інформаційних, людських ресурсів, контингенту); посередники (мережеві брокери, служби зайнятості, рекрутингові компанії, асесмент-центри, консалтингові компанії); конкуренти (державні та недержавні, вітчизняні та зарубіжні навчальні заклади, надавачі послуг дистанційної та онлайн освіти, які функціонують у глобальній мережі Інтернет, провайдери програм неформальної та інформальної освіти, незалежні оператори ринку знань); контактні аудиторії (органи державного, місцевого та громадського управління й контролю регіональної системи освіти, рада ректорів регіону, громадські організації, інвестори та спонсори, ЗМІ, лідери громадської думки, культурна еліта, місцева спільнота, ринок праці, політичні партії й організації, релігійні організації, фінансові структури тощо) [5].

Моніторинг факторів внутрішнього середовища передбачає дослідження певним чином організованих впливів та умов, які представлені основними підсистемами регіональної освітньої мережі: організаційну підсистему; договірну підсистему; управлінську підсистему; освітню підсистему; методичну підсистему; наукову підсистему; інформаційну підсистему; інноваційну підсистему; маркетингову підсистему; економічну підсистему, інфраструктурну підсистему. «Елементи внутрішньої мережі беруть участь у побудові зовнішньої мережі, а міжорганізаційні взаємодії, у свою чергу, впливають на функціонування внутрішньої мережі» [4]. Маркетингова підсистема пов'язана формування маркетингової культури РОМ; вивченням ринку знань через маркетингові дослідження; формування сильного бренду РОМ; лояльністю учасників мережі; репутацією суб'єктів РОМ; станом та формами стратегічних відносин з маркетинговим мікросередовищем РОМ.

За маркетинговим підходом внутрішнє середовище РОМ формується елементами комплексу маркетингу: мережевим продуктом, його ціною й ефектами, просуванням, локаціями, персоналом і визначними особами, подіями та перформенсом, PR, регіональною політикою тощо. Мережевий продукт РОМ створюється з використанням спільних ресурсів учасників мережі і включає: освітні платформи, інформаційні продукти і засоби комунікацій, освітні програми, освітні проекти, нетрадиційні інноваційні пакети освітніх послуг, які володіють особливими властивостями в порівнянні з традиційними товарами (коуч-сесії, стратегічні сесії, групові та індивідуальні тренінги, онлайн-курси) тощо. Мережевий продукт РОМ орієнтований на інтенсифікацію, результативність та індивідуалізацію взаємодій і відрізняється наступними характеристиками: інтерактивність (можливості навчання в діалоговому режимі всіх учасників освітнього процесу); асинхронність (можливості реалізації технології навчання незалежно від часу, за зручним розкладом); масовість (ефективності технології навчання не залежить від кількості споживачів); доступність (можливість рівного забезпечення отримання завдання незалежно від місця знаходження і проживання); гнучкість (можливості виконання завдання в індивідуальному темпі); відкритість (доступ до мережевих джерел інформації); варіативність (мінливість, багатоваріантність для адаптації продукту до очікувань споживачів, представників регіональної спільноти, регіонального бізнесу); масштабування



(інформаційних ресурсів, комунікацій; алгоритмізація взаємодій. В умовах мережевої взаємодії споживач самостійно обирає освітню траєкторію, форми та засоби отримання знань, приймає на себе ймовірні ризики та проектує освітній результат формування та розвитку компетенцій.

Таким чином, маркетинговий підхід передбачає проектування нових та цілеспрямовану, якісну та кількісну, трансформацію існуючих регіональних освітніх мереж (РОМ) за відносно короткої проміжок часу під впливом об'єктивних та суб'єктивних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Загрози зовнішнього середовища та слабкості внутрішнього середовища виводять РОМ зі стану стабільності та стійкості. А можливості, які формують чинники зовнішнього середовища та сильні сторони регіональної освітньої мережі, сприятимуть її стійкому та стабільному розвитку.

### Література

1. Ванькина И.В., Маркетинг образования : уч. пос. / И.В.Ванькина, А.П. Егоршин, В.И.Кучеренко. – М. : Университетская книга. Логос. – 2007. – 336 с.
2. Економіка знань – модернізаційний проект України / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. акад. НАН України В.П. Семиноженка. чл.-кор. НАН України Б.С. Кваснюка. – К.:Фенікс. 2007. – 544 с.
3. Ляшенко О.Н. Концептуальные основы оценки регионального развития в условиях формирования новой парадигмы социально-экономического развития регионов / О.Н.Ляшенко, И.В. Турский // International Journal of Innovative Technologies in Economy. – 2017. – Выпуск №3(9). – С.23-27.
4. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса : коллект. моногр. / М.А. Бек, Н.Н. Бек, Е.В. Бузулукова и др. ; под науч. ред. М.Ю. Шерешевой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 446 с
5. Немцева І.А. Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами України. Монографія / І.А. Немцева // – Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 256 с.
6. Прохорова В.В. Стратегическая траектория становления «экономики, основанной на знаниях» на мезо-уровне современной России / В.В. Прохорова, Н.А. Хилько // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика. – 2013. – Вып. 2. – С. 74-79
7. Толстогузов О.В. Междисциплинарная экспертиза обоснованности стратегий развития региона / О.В.Толстогузова // Экономика и управление. – 2012. – № 1 (75). – С. 31–35.
8. Чепурышкин И. П. Регионализация образования как предмет научных исследований / И.П. Чепурышкин, Н.Б. Пугачева // Педагогика. – 2008. – № 8. – С. 9–16.
9. Шабалин Ю.Е. Региональное образовательное пространство региона как фактор развития образования / Ю.Е. Шабалин // Проблемы современного образования : сб. науч. тр. ; под ред. В.И.Казаренкова. – Москва. : РУДН, МАНПО, 2005. – С. 75–80.

### References

1. Van'kina Y.V., Marketynh obrazovaniya : uch. pos. / Y.V.Van'kina, A.P. Ehorshyn, V.Y.Kucherenko. – M. : Unyversytet'skaya knyha. Lohos. – 2007. – 336 s.
2. Ekonomika znan' – modernizatsiynny proekt Ukrayiny / Za red. akad. NAN Ukrayiny V.M. Heytsya. akad. NAN Ukrayiny V.P. Semynozhenka. chl.-kor. NAN Ukrayiny B.Ye. Kvasnyuka. – K.:Feniks. 2007. – 544 s.
3. Lyashenko O.N. Kontseptual'nye osnovy otsenky rehyonal'noho razvytyya v uslovyyakh formyrovaniya novoy paradyhmy sotsyal'no-ekonomycheskoho razvytyya rehyonov / O.N.Lyashenko, Y.V. Turskyy // International Journal of Innovative Technologies in Economy. – 2017. – Vypusk #3(9). – S.23-27.
4. Metodolohyya yssledovaniya setevykh form orhanyzatsyy byznesa [Tekst] : kolekt. monohr. / M.A. Bek, N.N. Bek, E.V. Buzulukova y dr. ; pod nauch. red. M.Yu. Shereshevoy ; Nats. yssled. un-t «Vysshaya shkola ekonomyky». – M. : Yzd. dom Vysshey shkoly ekonomyky, 2014. – 446 s
5. Nyemtseva I.A. Orhanizatsiyna kul'tura v systemi stratehichnoho upravlinnya vyshchymy navchal'nymy zakladamy Ukrayiny. Monohrafiya / I.A. Nyemtseva // – Chernivets'kyy nats. un-t, 2012. – 256 s.
6. Prokhorova V.V. Stratehycheskaya traektoriya stanovleniya «ekonomyky, osnovannoy na znanyyakh» na mezo-urovne sovremennoy Rossyy / V.V. Prokhorova, N.A. Khy'l'ko // Vestnyk Adyheyskoho hosudarstvennoho unyversyteta. Ser.: Ekonomyka. – 2013. – Vyp. 2. – S. 74-79
7. Tolstohuzov O.V. Mezhdystyplynarnaya ekspertyza obosnovannosty stratehyy razvytyya rehyona / O.V.Tolstohuzova // Ekonomyka y upravlenye. – 2012. – # 1 (75). – S. 31–35.
8. Chepuryshkin Y. P. Rehyonalizatsiyya obrazovaniya kak predmet nauchnykh yssledovaniy / Y.P. Chepuryshkin, N.B. Puhacheva // Pedahohyka. – 2008. – # 8. – S. 9–16.
9. Shabalyn Yu.E. Rehyonal'noe obrazovatel'noe prostranstvo rehyona kak faktor razvytyya obrazovaniya / Yu.E. Shabalyn // Problemy sovremennoho obrazovaniya : sb. nauch. tr. ; pod red. V.Y.Kazarenkova. – Moskva. : RUDN, MANPO, 2005. – S. 75–80.

Рецензія/Peer review : 12.10.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК 332.1:332.85

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-242-246

ТАФІЙ Н. Г.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

*Досліджено стан, перспективи та особливості розвитку ринку житлової нерухомості регіонів. Виявлено основні проблеми та виклики в контексті сучасних реалій розвитку економіки: недостатня забезпеченість населення якісним, комфортним житлом; невідповідність структури житла потребам домогосподарств; зменшення частки загального будівництва за рахунок коштів державного бюджету, нерозвиненість системи іпотечного кредитування в зв'язку високою ризиковістю операцій та високими кредитними ставками; низька платоспроможність населення й висока вартість житла спричиняє його малу доступність для населення. Окреслені основні тенденції розвитку ринку житла: переважаючий попит на невеликі квартири, збільшення пропозиції смарт-квартир, зростання цін на житлову нерухомість, зменшення обсягів іпотечного кредитування. Проведено міжнародні порівняння стану житлових умов населення та доведено необхідність виваженої політики держави щодо регулювання процесів на ринку житлової нерухомості регіонів з урахуванням позитивного світового досвіду.*

*Ключові слова: ринок, житлова нерухомість, населення, умови проживання, політика держави, смарт-квартири.*

TAFIY N.

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

## THE CONDITIONS AND PROSPECTS OF REAL ESTATE MARKET DEVELOPMENT OF REGIONS OF UKRAINE

*The article explores the state and prospects of development of the real estate market in the region, identifies existing challenges and problems in the context of current realities. The peculiarities of the development of the residential real estate market of the regions are investigated. The main problems and challenges in the context of the current realities of economic development are identified: insufficient provision of quality comfortable housing for the population; mismatch of housing structure to the needs of households; reduction of the share of general construction at the expense of the state budget, underdevelopment of the mortgage lending system due to high risk of operations and high credit rates; the low solvency of the population and the high cost of housing make it less accessible to the public.*

*It is noted that the living conditions of the population and the state of the housing stock of the country, in our opinion, should be considered as factors of comfort of the living environment, the assessment of which is information for making management decisions by all participants of the housing construction sector in order to achieve their goals.*

*The main trends of the housing market development are revealed: prevailing demand for one- and two-room apartments, reduction of the average size of the apartment, increase in the supply of smart apartments for students, single owners, activation of demand in both primary and secondary residential real estate markets, which has led to an increase in prices. International comparisons of the living conditions of the population are conducted and the necessity of a prudent policy of the state regarding the regulation of processes in the residential real estate market of the regions is proved as well, taking into account the positive world experience.*

*It is concluded that the status and dynamics of the main indicators of the real estate market are closely related and reflect trends in commodity and financial markets, as well as in the labor market; parameters of the residential real estate market correlate with changes in the money supply and production volumes in the country, as well as with an increase or decrease in the investment attractiveness of the state.*

*Keyword: market, residential real estate, population, living conditions, state policy, smart apartments.*

**Постановка проблеми.** Житлова сфера – одна з найбільш важливих і проблемних сфер економіки країни. На сьогодні житло є не лише життєвою необхідністю для людини, а й індикатором рівня життя населення. Житлова політика повинна бути спрямована на задоволення житлової потреби, підвищення споживчих властивостей житла і розробки заходів, націлених на підвищення можливостей його придбання. Протягом тривалого часу реформуванню житлової сфери не приділялося належної уваги, а формування сучасного ринку житла було обмежено низькими матеріальними можливостями більшості населення. У той же час ринок житлової нерухомості має не тільки економічне, але і суспільне значення, забезпечуючи розв'язання соціальних проблем, і здатний, при сприятливих умовах, позитивно вплинути на розвиток національного господарства. Тому визначення перспектив та особливостей розвитку ринку житлової нерухомості дає можливість визначити пріоритетні заходи регулюючого впливу держави та сприятиме його подальшому розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням питань розвитку ринку нерухомості займалися такі науковці: А. Асаул, О. Шкурупій, Т. Білоброва, Д. Виноградова, М. Коваленко, О. Дюкова, І. Крекотень, О. Мамалуй, А. Микитчик; обґрунтуванням методології дослідження ринку нерухомості присвячено наукові праці С. Грибовського, В. Павлова, Г. Стерника, О. Шкурупій. Однак відкритими залишаються питання комплексної оцінки розвитку ринку житлової нерухомості та визначення сучасних тенденцій його розвитку, потребує подальшого вивчення світовий досвід державного регулювання ринку нерухомості.

**Мета статті** – дослідження стану та особливостей розвитку ринку житлової нерухомості регіону та виявлення існуючих викликів і проблем у контексті сучасних реалій.

**Вклад основного матеріалу.** Споживчі властивості житла визначаються, перш за все, кількісними і якісними характеристиками житлових приміщень і житлового фонду в цілому. Тому житлові умови населення і стан житлового фонду країни, на нашу думку, належить розглядати як чинники комфортності житлового середовища, оцінка яких є інформацією для прийняття управлінських рішень усіма учасниками сфери житлового будівництва для досягнення поставлених ними цілей.

Обсяг житлового фонду України на 01.01.18 р. склав 984,8 млн. м<sup>2</sup>. Проведений аналіз дав можливість виявити різновекторні тенденції розвитку ринку житла в динаміці: стрімке падіння загальної площі житлового фонду у 2014 році порівняно з 2013.р на 7,8 % та середньої площі на одну особу на 2,4%, що було спричинено військовими діями на сході України; відтоком з українського ринку нерухомості частини іноземних інвесторів, що позначилося на фінансуванні будівельних проектів; нормальне функціонуванні окремих сегментів ринку нерухомості. Починаючи з 2014 року спостерігається повільне щорічне зростання житлового фонду регіонів України як в обсязі загальної площі, так і в розрахунку на одну особу (рис. 1).

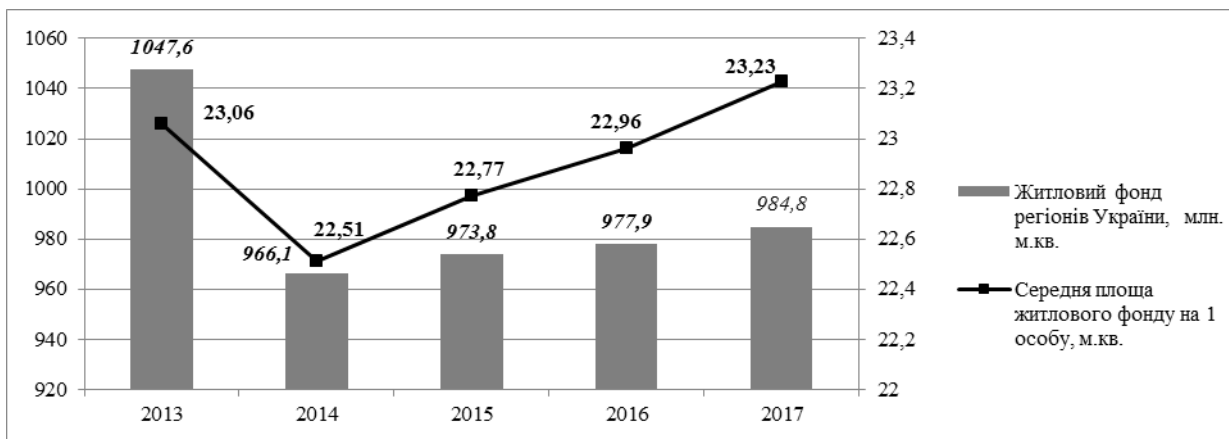


Рис. 1. Загальна площа житлового фонду регіонів України та середня площа на 1 особу

Сьогодні більша частина населення віддає перевагу однокімнатним і двокімнатним квартирам. Їх частка у житловому фонді України складає 56,1 % [1]. Якщо проводити міжнародні порівняння, то, наприклад, у США на частку таких квартир припадає близько 1%, Канаді – 2%, Іспанії – 3%, Німеччині – 12%, Польщі – 17%, Франції – 18%, і в Угорщині – 48% [2]. У міжнародній практиці для оцінки житлових умов населення крім показника площі житла, що припадає в середньому на одну людину, застосовують як основну характеристику рівня житлової забезпеченості показник «Room per person» (кількість кімнат на одну особу). За наявними статистичними даними Державної служби статистики України, дати оцінку цього показника неможливо з причини їх відсутності, але відомо, що частка населення, яке живе у перенаселеному житлі, у 2018 р. складала 53,7 % [3, с. 27]. Якщо скористатися даними досліджень Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), яка вимірює досягнення країн світу з точки зору добробуту населення, то в Канаді цей показник становить – 2,5 кімнати, у Норвегії та Нідерландах – 2,0 кімнати, і, в середньому по 36 країнах, які беруть участь у дослідженні, рівень показника становить 1,8 кімнати на людину [4].

Для оцінки якості житлових умов населення необхідно враховувати середній розмір квартири. В Україні більша частина населення проживає в індивідуальних квартирах (46,7%) та індивідуальних будинках (47,5%) [3, с. 29]. За даними аналітичних порталів нерухомості в Україні існує тенденція до скорочення середнього розміру квартири. За статистикою, якщо в 2010 році площа середньої в Україні квартири становила 118,9 м<sup>2</sup>, то в 2016-му вже була 87,2 м<sup>2</sup>, а в 2017-му зменшилась до 78,6 м<sup>2</sup>, тобто спостерігається тенденція до зменшення загальної площі квартир. Варто також визначити існуючі нові тренди до збільшення пропозиції смарт-квартир для студентів, самотніх власників, загальною площею від 18 м<sup>2</sup>, головним достоїнством яких є доступна ціна [5]. У Києві та передмісті вартість таких квартир складає \$9,5-15 тис, у Львові – \$10 тис.

Формування сучасного ринку житлової нерухомості України обмежено низькими матеріальними можливостями українських сімей. Нерозвиненість системи іпотечного кредитування посилює нерівність, практично виключаючи з числа учасників ринку житла групу населення з невисоким рівнем добробуту. В Україні існує три види житла: комерційне, соціальне та доступне. Комерційне житло мають можливість собі дозволити 10-15% громадян населення. На соціальне житло можуть розраховувати найбільш незаможні верстви населення, які складають також 10-15%. Інші 70% можуть сподіватися тільки на доступне житло, але без державної допомоги вони його не зможуть придбати [6]. Світовий досвід, безперечно, свідчить про те, що за рахунок бюджетних ресурсів можна розв'язати проблеми не більше як 15% населення країни. Як відомо, капітал прямує в ту галузь, яка максимально забезпечує рентабельність. В Україні система

іпотечного кредитування первинного ринку житла нерозвинена, що спричинено, перш за все, високою ризиковістю операцій та високими кредитними ставками [7].

Для широких верств населення з кожним роком стає все менше можливостей для поліпшення своїх житлових умов за рахунок державного будівництва. У 2016 році порівняно з 2012 роком частка загального будівництва за рахунок коштів державного бюджету у загальному обсязі будівництва житла зменшилась на 0,4%. Така ситуація була викликана тривалою дією світової фінансово-економічної кризи, що негативно вплинула на всі сфери економіки України, несприятливими внутрішніми умовами розвитку країни, що спричинило різке погіршення рівня життя людей. Хоча в Україні існує п'ять житлових державних програм, з яких діючими є три програми («Доступне житло»; пільгове молодіжне кредитування; кредит зі статутного капіталу), вони не мають достатнього державного фінансування. Відповідно до статистики Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву, кількість виплат від держави на придбання житла охоплює незначний відсоток молоді. У 2018 році виплати на придбання житла отримали 263 особи, у 2016 році – 39 осіб. Враховуючи що в Україні проживає близько 11,2 млн. молодих людей, «молодіжне кредитування у таких обсягах ніколи не зможе розв'язати проблему молодіжного житла, крім того, це може спровокувати корупційні дії влади» [8].

Важливим елементом ринку житлової нерухомості є індивідуальний попит, який залежить від різних чинників, насамперед від ціни нерухомості, розміру та динаміки індивідуальних доходів покупців, накопиченого багатства, відсоткової ставки іпотечного кредитування та ін. Автором досліджено середню вартість квадратного метра житлової нерухомості в 2012-2017 рр. в Україні (рис. 2).

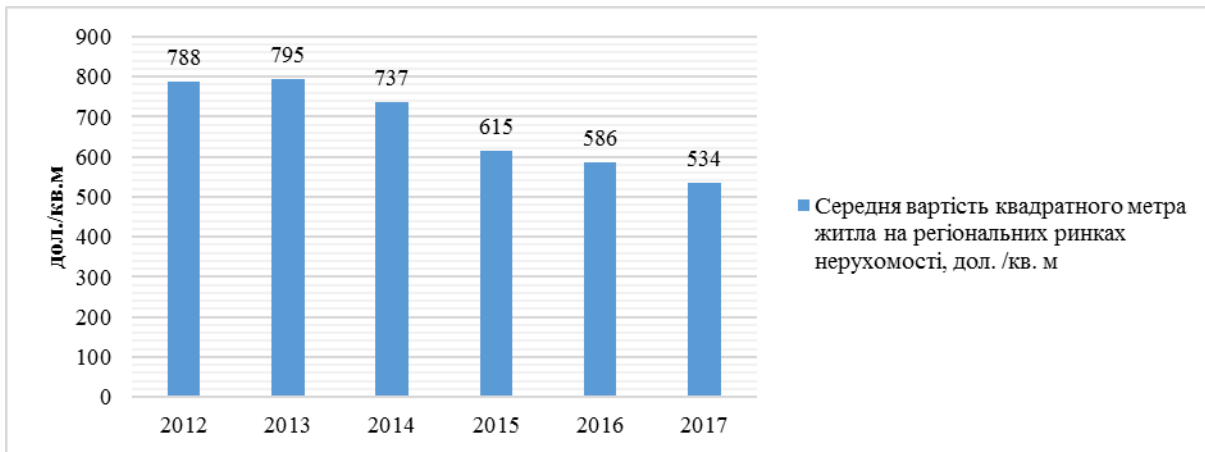


Рис. 2. Середня вартість квадратного метра житла на регіональних ринках нерухомості, \$/м<sup>2</sup>

Як засвідчує рис. 2, ціни на житлову нерухомість демонстрували спадну динаміку протягом усього досліджуваного періоду. Зниження цін почало відбуватися ще під час кризи в 2008 р., у 2012-му році ситуація почала трохи стабілізуватися, але вже через два роки ринок нерухомості знову зіткнувся зі значним зниженням цін. Експерти відзначають, що в 2014 р. ціни на квартири в доларовому еквіваленті знижувалися на 2 % щомісяця [9]. За результатами дослідження експертів порталу нерухомості, середній показник зниження цін на ринку нерухомості становив у 2017 році порівняно з 2012 роком – 36%. Зниження цін спостерігалось у всіх регіонах України, навіть в західних областях, хоча ринок нерухомості цього регіону завжди залишався сталим до змін цінової політики. Аналіз регіональних ринків нерухомості у 2012-2017 рр. свідчить про значне падіння середньої вартості квадратного метра житла в доларовому еквіваленті на Донецькому ринку нерухомості - на 55%, Київському – 44 %; Волинському та Запорізькому ринках – 38%; Сумському – 39%; Харківському та Чернівецькому ринках нерухомості – 35 % та ін [10].

Якщо проводити аналіз цін на житлову нерухомість за офіційним статистичними даними Державного комітету статистики за існуючими показниками 2016-2018 рр., то треба визнати, що ціни демонструють дещо іншу динаміку по двох основних сегментах ринку: первинному і вторинному (табл. 1). Починаючи з 2016 року відбувається зростання цін одночасно на первинному і вторинному ринках, причому зростання цін на вторинному ринку відбувається більш швидкими темпами, що свідчить про необхідність удосконалення методики аналізу ринку нерухомості.

Тенденція перевищення вартості 1 м<sup>2</sup> на вторинному ринку житлової нерухомості щодо цін первинного ринку, вимагає особливого пояснення. Перш за все, криза 2008 року призвела до зниження витрат на будівництво, що позначилося на цінах первинного житла. По-друге, в період зростання ринку певна частина квартир, пропонованих забудовниками на різних стадіях будівництва, купувалася саме в інвестиційних цілях. По-третє, зміщення інтересів покупців від первинного житла на користь вторинного щодо придбання жила для проживання пояснюється такими факторами: вторинне - це готове, здане в експлуатацію, перевірене і обжите житло, на яке є всі правовстановлюючі документи. А придбання житла в

новобудовах пов'язано з великою кількістю ризиків, таких як порушення термінів здачі, заморожування будівництва об'єкта та ін.; на купівлю вторинного житла є можливість взяти іпотечні кредити, оскільки як застава використовується куповане житло; купуючи об'єкт нерухомості на вторинному ринку, покупець має реальну можливість заселення після здійснення купівлі, а не чекати закінчення будівельних робіт і здачі об'єкта в експлуатацію.

Таблиця 1

## Індекси цін на житло (IV квартал до IV кварталу попереднього року, %)

Типи квартир	Первинний ринок житла			Вторинний ринок житла		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Усього	102,1	104,4	105,1	103,4	106,2	108,0
Квартири однокімнатні	99,7	106,0	103,7	111,4	109,2	106,9
Квартири двокімнатні	105,2	103,4	105,0	100,2	106,1	108,8
Квартири трікімнатні	100,3	103,1	108,1	101,6	103,8	108,1

З початку 2018 року ситуація на ринку житлової нерухомості починає змінюватись при тому, що за оцінками експертів ринку нерухомості, у 2018 році ціни на житлову нерухомість зросли на 10 %. Інфляційні очікування населення привели до активізації попиту на ринку нерухомості, обсяги продажу житла збільшились, як на первинному так і вторинному ринках, втілюючи прагнення населення витратити накопичення минулих періодів. За останні роки характер інвестування в нерухомість трансформувалась зі стану «примноження» коштів у «заощадження» коштів [11].

Укладення в нерухомість і купівля іноземної валюти є альтернативними формами заощадження доходу населення. Якщо прибутковість одного з активів зменшується, спекулятивний інтерес зміщується на користь придбання іншого активу. Зниження прибутковості валютного ринку привело до посилення активності покупців на ринку житла, які мають намір як прискорити його придбання для себе, так і вигідно вкласти свої заощадження. В Звіті про фінансову стабільність за грудень 2018 року НБУ зазначено, що серед громадян із високими доходами зберігається стійкий інвестиційний попит (на нього припадає до 40% продажів у преміум-сегменті) в умовах, коли знижується дохідність валютних депозитів. А серед громадян з нижчими доходами зростає кількість претендентів на іпотечні кредити та розстрочку. Незважаючи на невеликі обсяги іпотечного кредитування, темпи їх зростають, хоча недостатньо швидко, щоб суттєво впливати на попит. Але, за оцінками забудовників та посередників, у структурі продажів бюджетного сегмента збільшуються частки розстрочки та кредитів і зменшується частка повної оплати [12].

Одним з впливових факторів на стан і розвиток ринку житлової нерухомості є доступність іпотечного кредитування, тобто обсяги надання кредитів та їх відсоткові ставки. Зменшення обсягів виданих кредитів призводить до зменшення попиту на ринку нерухомості, та в зв'язку з нееластичністю пропозиції призводить до зменшення вартості житла. Зменшення обсягів виданих кредитів, починаючи з 2014 року по 2018 рік на 38%, а також зростання середньозваженої ставки по іпотечним кредитам домогосподарствам в національній валюті з 16,9 в 2014 році до 17,5% в 2018 р. негативно впливає на формування попиту на ринку житлової нерухомості [13].

Проведений аналіз демонструє, що зміни на ринку житлової нерухомості, часом різновекторні, відображають ті циклічні процеси, які відбуваються в економіці України, а ціни на ринку житлової нерухомості змінюються залежно від стадії економічного циклу й очікувань людей щодо майбутніх доходів і зайнятості. Ринку нерухомості регіонів властива сезонна складова, яка може частково збільшувати/зменшувати попит на житло і відповідно спричиняти коливання цін. Стан ринку нерухомості також пов'язаний зі станом ринку праці та його кон'юнктурою, тобто спад в економіці супроводжується збільшенням безробіття, зниженням реальних доходів населення і негативними очікуваннями щодо майбутньої зайнятості і майбутніх доходів. На стан ринку житла регіонів і його динаміку впливають також міграційні процеси, оскільки працездатне населення, яке прибуло з інших регіонів і країн, як правило, має потребу в житлі.

**Висновки.** Стан і динаміка основних показників ринку житлової нерухомості, тісно пов'язані і відображають тенденції на товарних і фінансових ринках, а також на ринку праці. Ринок житлової нерухомості демонструє циклічний розвиток, тому його параметри корелюють зі зміною грошової маси й обсягів виробництва в країні, а також з підвищенням або зниженням інвестиційної привабливості держави. Дослідження стану ринку житлової нерухомості в Україні та її регіонах дає можливість виявити основні виклики та проблеми: недостатня забезпеченість населення якісним, комфортним житлом; невідповідність структури житла потребам домогосподарств; незрозуміність системи іпотечного кредитування; низька платоспроможність населення й висока вартість житла спричиняє його малу доступність для населення. Нарешті, важливий вплив на зміну тенденцій на ринку житлової нерухомості чинить політика держави в цій сфері, що потребує подальшого дослідження з урахуванням позитивного світового досвіду та використання в Україні загальноновизнаних інструментів управління ринком житлової нерухомості, що були апробовані і в минулому мали ефективний вплив на зростання доступності та комфортності житла для власних громадян.

## Література

1. Експрес-випуск. Житловий фонд на 1 січня 2018 року.. Державна служба статистики України. Київ. 2018 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Стратегія розвитку жилищної сфери [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.minstroyrf.ru/upload/iblock/ec7/Strategiya-zhilishchnoi\\_-sfery.pdf](http://www.minstroyrf.ru/upload/iblock/ec7/Strategiya-zhilishchnoi_-sfery.pdf).
3. Статистичний збірник. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України у 2018 році. Державна служба статистики України. Київ, 2018. – 86 с.
4. OECDIndex: статистика. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/ru/#/1111111111>
5. У Києві зафіксовано новий пік будівельного буму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.umoloda.kiev.ua/number/3339/159/125190/>
6. Щербіна С.А. Проблеми забезпечення населення України доступним житлом в сучасних умовах / С.А. Щербіна, Д.П. Головань // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету науки. – 2014. – № 25. – С.283-287.
7. Щеглова О.Ю. Становлення житлового будівництва на загальнодержавному та регіональному рівнях України. // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2010. – Вип. 3. – С. 201-205.
8. Програма Молодіжного Житлового Кредитування Повинна Бути переглянута. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nycukraine.org/filtr-novini-spilki/programa-molodizhnogo-zhitlovogo-kredituvannya-povinna-buti-pereglyanuta-golova-nmru.html>
9. Ринок нерухомості в Україні: чого чекати від тенденцій 2018 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/418715/rynok-neruhomosti-v-ukrayini-chogo-chekaty-vid-tendentsij-2018-roku>
10. Изменчивые цены: реалии и прогнозы на вторичном рынке Украины в 2017 году. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.dom2000.com/articles/izmenchivye-tseny-realii-i-prognozy-na-vtorichnom-rynke-ukrainy>
11. Квартирный вопрос: на сколько вырастут цены на жилье в 2019 г. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://112.ua/stati/kvartirnyy-vopros-naskolko-vyrastut-ceny-na-zhile-v-2019-godu-476502.html>
12. Звіт про фінансову стабільність НБУ за грудень 2018 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83816603>
13. Грошово-кредитна статистика НБУ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=27843415&cat\\_id=44578](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578)

## References

1. Ekspres-vypusk. Zhytlovyi fond na 1 sichnia 2018 roku.. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv. 2018 r. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Stratehiya razvytyia zhylyshchnoi sfery. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: [http://www.minstroyrf.ru/upload/iblock/ec7/Strategiya-zhilishchnoi\\_-sfery.pdf](http://www.minstroyrf.ru/upload/iblock/ec7/Strategiya-zhilishchnoi_-sfery.pdf).
3. Statystychnyi zbirnyk. Sotsialno-demohrafichni kharakterystyky domohospodarstv Ukrainy u 2018 rotsi. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv, 2018. 86 s.
4. OECDIndex: statystyka [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/ru/#/1111111111>
5. U Kyievi zafiksovano novyi pik budivelnogo bumu. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupa: <https://www.umoloda.kiev.ua/number/3339/159/125190/>
6. Shcherbina S.A. Problemy zabezpechennia naseleennia Ukrainy dostupnym zhytлом v suchasnykh umovakh / S.A. Shcherbina, D.P. Holovan // Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnogo tekhnichnogo universytetu nauky. – 2014. - № 25. – S. 283 – 287/
7. Shcheglova O.Yu. Stanovlennia zhytloвого budivnytstva na zahalnoderzhavnomu ta rehionalnomu rivniakh Ukrainy. // Derzhava ta rehiony. Ser. Ekonomika ta pidpriemnytstvo. - 2010. - Vyp. 3. - S. 201-205.
8. Prohrama Molodizhnogo Zhytloвого Kredytuvannya Povynna Buty perehlianuta. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupa: <http://nycukraine.org/filtr-novini-spilki/programa-molodizhnogo-zhitlovogo-kredituvannya-povinna-buti-pereglyanuta-golova-nmru.html>
9. Rynok nerukhomosti v Ukraini: choho chekaty vid tendentsii 2018 roku. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://news.finance.ua/ua/news/-/418715/rynok-neruhomosti-v-ukrayini-chogo-chekaty-vid-tendentsij-2018-roku>
10. Izmenchivyye tseny: realyy y prohnozy na vtorichnom rynke Ukrainy v 2017 hodu. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.dom2000.com/articles/izmenchivyye-tseny-realii-i-prognozy-na-vtorichnom-rynke-ukrainy>
11. Kvartyrnyi vopros: na skolko verastut tsene na zhyle v 2019 h. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://112.ua/stati/kvartirnyy-vopros-naskolko-vyrastut-ceny-na-zhile-v-2019-godu-476502.html>
12. Zvit pro finansovu stabilnist NBU za hruden 2018 roku. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83816603>
13. Hroshovo-kredytna statystyka. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=27843415&cat\\_id=44578](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578)

Рецензія/Peer review : 12.11.2018      Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК: 338.45:658.27:005.521:005.93  
DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-247-251

КОЛІСНИК Н. А.  
Запорізький національний університет

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЗМІННОСТІ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА

*В статті обґрунтовано, що на підприємствах переробної галузі існує потреба в здійсненні управління основними засобами, що дозволить забезпечити їх ефективне використання, здійснювати організацію, планування, контроль, коригування даного процесу та сприятиме поліпшенню показників виробничої, господарської, фінансової діяльності. Встановлено, що оцінка ефективності управління основними засобами дасть змогу визначити досягнутий рівень результативності управління в аналізованому періоді, визначити наявні проблеми та шляхи їх можливого подолання. З'ясовано, що також існує потреба в здійсненні прогнозних розрахунків щодо ефективності управління основними засобами в майбутніх періодах, що дозволить отримати дані на майбутнє, описати стан управління, використання основних засобів, ситуацію на підприємстві, вчасно коригувати роботу підприємства відповідно до здійснених розрахунків, прийняття управлінських рішень. Визначено необхідність здійснення рейтингової оцінки процесу управління основними засобами на підприємствах, що є необхідним для визначення достатності управління, ефективності діяльності, наочного представлення результатів. Удосконалено методичний підхід прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі, в основі якого передбачено використання рейтингової оцінки, пакету аналізу та вбудованих функцій Excel, розрахунок та прогнозування групи показників використання основних засобів, групи показників управління основними засобами, групи показників фінансово-господарської діяльності. Застосування даного підходу дасть змогу спрогнозувати рівень ефективності управління основними засобами, обрати більш ефективний інструментарій управління, визначити можливі проблеми, покращити управління основними засобами, показники виробничо-господарської діяльності у майбутньому. Обґрунтовано, що за результатами застосування методичного підходу підприємства переробної галузі матимуть змогу оптимізувати витрати, прийняти рішення щодо коригування процесу управління, стратегії розвитку, раціоналізувати використання фінансових ресурсів, поліпшити результати діяльності, мінімізувати ризик банкрутства.*

*Ключові слова: основні засоби, результативність, управління основними засобами, прогнозування, рейтингова оцінка, пакет аналізу та вбудовані функції Excel, ринкове середовище.*

KOLISNYK N.  
Zaporizhia National University

## METHODICAL BASES FOR REALIZATION OF FORECASTING OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF FIXED ASSETS AT THE ENTERPRISES OF PROCESSING BRANCH IN THE CONDITIONS OF VARIABILITY OF ENVIRONMENT

*The article substantiates that in the processing industry there is a need to manage fixed assets, which will ensure their effective use, organization, planning, control, adjustment of this process and will improve the performance of production, economic, financial activities. It is established that the assessment of the effectiveness of fixed assets management will allow to determine the achieved level of management effectiveness in the analyzed period, to identify existing problems and ways to overcome them. It was found that there is also a need for forecast calculations on the effectiveness of management of fixed assets in future periods, which will provide data for the future, describe the state of management, use of fixed assets, the situation at the enterprise, timely adjust the company in accordance with calculations, acceptance management decisions. The necessity of rating assessment of the fixed assets management process at the enterprises is determined, which is necessary to determine the adequacy of management, efficiency of activity, visual presentation of results. The methodical approach to forecasting the efficiency of fixed assets management at processing enterprises has been improved, based on the use of rating, analysis package and built-in Excel functions, calculation and forecasting of fixed assets use group, fixed assets management group, financial and economic indicators. The application of this approach will allow to predict the level of efficiency of fixed assets management, to choose more effective management tools, to identify possible problems, to improve the management of fixed assets, indicators of production and economic activity in the future. It is substantiated that based on the results of applying the methodological approach, processing enterprises will be able to optimize costs, make decisions on adjusting the management process, development strategy, rationalize the use of financial resources, improve performance, minimize the risk of bankruptcy.*

*Keywords: fixed assets, performance, fixed asset management, forecasting, rating assessment, analysis package and built-in Excel functions, market environment.*

**Постановка проблеми.** Підприємства переробної галузі мають низку проблем щодо ефективності виробничо-господарської діяльності, адже спостерігається погіршення показників фінансового стану, зношеність основних засобів, зниження обсягів виробництва та збуту продукції, рівня конкурентоспроможності, втрата конкурентних позицій на ринках. Відповідно необхідно аналізувати причини неефективності використання основних засобів, оцінювати результативність управління. Також існує потреба у визначенні змін ефективності в майбутньому, тобто прогнозуванні результатів управління основними засобами, що дозволить оцінити зміни процесу управління, визначити перспективи фінансово-господарської діяльності, коригувати напрямки розвитку. Отже, доцільним є здійснення прогнозних розрахунків за показниками ефективності управління основними засобами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання оцінки ефективності використання основних засобів, здійснення прогнозу результатів діяльності, оцінки фінансового стану, діагностики ефективності використання основних засобів, проведення рейтингової оцінки розкриті у працях таких вчених: Вареник В.М., Євтушенко Я.С. [1]; Витвицька У.Я., Штим Ю.В. [2]; Кужелюк А.В., Стаднюк Т.В. [3]; Кундеус О.М. [4]; Мулик Т.О. [5]; Нужна О.А., Пиріг С.О. [6]; Плинокос Д.Д. [7]; Проскурович О.В., Ястремський М.М., Сорока Л.О. [8]; Сафронська І.М., Белаї Г.С. [9]; Селезень О.М. [10]; Шаховалова Є.О. [11]; Шеремет А.Д., Сайфулін Р.С. [12].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на значну кількість досліджень питання прогнозування результатів від управління та використання основних засобів залишається розкритим не в повній мірі, адже відсутній чіткий алгоритм, схема дій щодо здійснення прогнозу ефективності управління, набір показників та пропозиції до реалізації в практичній роботі підприємств.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є розробка пропозицій щодо удосконалення методичного підходу прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Для оцінки ефективності управління основними засобами в майбутніх періодах необхідно прогнозувати можливі результати. Тому існує потреба у здійсненні прогнозування очікуваних результатів від управління основними засобами, результативності даного процесу в майбутніх періодах, що дозволить визначити проблеми та шляхи їх розв'язання, прийняти рішення про здійснення управління, обрати стратегію дій на декілька періодів вперед. Здійснення прогнозу дозволить побудувати модель, яка відповідає реальним можливостям підприємства, його фінансового стану та отримати реальні дані щодо використання, управління основними засобами для прийняття ефективних рішень по коригуванню управлінської діяльності в напрямі управління основними засобами. Також доцільним є проведення рейтингової оцінки процесу управління основними засобами на підприємствах для визначення достатності управління, ефективності діяльності, стану фінансово-господарської діяльності, наочного представлення результатів, прийняття ефективних рішень.

Питання проведення рейтингової оцінки, прогнозування ефективності використання основних засобів на підприємствах є дослідженням не повністю.

Тому нами запропоновано використати методичний підхід прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі. В його основу закладено розробку схеми взаємопов'язаних етапів, використання рейтингової оцінки, пакету аналізу та вбудованих функцій Excel та в якому визначено три групи показників (показники використання основних засобів, показники управління основними засобами, показники фінансово-господарської діяльності). Використання підходу дозволить спрогнозувати рівень ефективності управління основними засобами та сформулювати заходи до покращення ефективності в майбутньому.

Даний методичний підхід розроблений та адаптований до специфіки діяльності підприємств переробної галузі та дозволяє як спрогнозувати результати від управління використанням основних засобів, так і виявити їх достатність, відповідність потребам виробничо-господарської діяльності (рис. 1).

Першочергово при здійсненні прогнозу необхідно аналізувати чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, що є першим етапом. Під аналізом мається на увазі дослідження саме тих факторів, що впливають на використання, управління основними засобами, ефективність та результативність управління. Також здійснюється збір, систематизація та аналітична обробка інформації за певний період часу для визначення переліку факторів впливу на управління основними засобами, прийняття ефективних рішень, вибору показників для здійснення прогнозу.

Далі необхідно проаналізувати та врахувати сформований рівень результативності управління використанням основних засобів на обраних для дослідження підприємствах, тобто передбачається аналіз та узагальнення отриманих коефіцієнтів, інтегральних показників на обраних для дослідження підприємствах.

На третьому етапі проводиться рейтингова оцінка управління основними засобами на підприємствах переробної галузі за 2014-2018 рр. Зауважимо, що використання рейтингової оцінки проводиться після аналізу результативності управління використанням основних засобів, отримання відповідних значень. Практичне значення рейтингової оцінки полягає в можливості визначити ефективність виробничо-господарської діяльності, прийнятих рішень, використання основних засобів через оцінку управління використанням основних засобів.

Відповідно до результатів попереднього етапу, тобто уточнення ефективності управління використанням основних засобів на підприємстві, переходимо до здійснення прогнозних розрахунків для визначення динаміки показників в майбутньому.

На четвертому етапі відбувається вибір та обґрунтування показників для прогнозу ефективності управління основними засобами. Серед показників, за якими здійснюється прогноз ефективності управління основними засобами було обрані такі: 1 група – показники використання основних засобів (фондомісткість (Фм), фондоозбросність (Фо), коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства (Крв), коефіцієнт зносу основних засобів (Кз), коефіцієнт придатності основних засобів (Кпрід), коефіцієнт відновлення основних засобів (Квід), коефіцієнт вибуття основних засобів (Квб), коефіцієнт приросту основних засобів (Кпр), фондовіддача (Фв), коефіцієнт змінності (Кз), коефіцієнт екстенсивного використання основних засобів (Кев),



коефіцієнт інтенсивного використання основних засобів (Ків), інтегральний показник використання основних засобів (Івоз); 2 група – показники управління основними засобами (фондовіддача (Фв), фондомісткість (Фм), матеріаловіддача (Мв), коефіцієнт використання наявного обладнання (Квно), рентабельність (збитковість) основних засобів (Роз), рентабельність реалізованої продукції (Ррп), рівень ефективності використання основних засобів (Ревоз), абсолютна сума прибутку на одну гривню основних засобів (Асп), продуктивність праці (Пп), коефіцієнт амортизаційної віддачі (Кав), інтегральний показник управління основними засобами (Іуоз)); 3 група – показники фінансово-господарської діяльності (вартість основних засобів (Воз), первісна вартість основних засобів (Пвоз), знос основних засобів (Зоз), середньооблікова чисельність штатних працівників (СЧшп), товарна продукція (ТП), чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (ЧДрп), собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (Срп), валовий прибуток (збиток) (ВП(ВЗ)), чистий фінансовий результат: прибуток (збиток) (П(З)), операційні витрати (крім амортизації) (ОВ), амортизаційні відрахування (Ав)). Здійснення розрахунків за обраними групами показників дозволить отримати достовірні результати прогнозу ефективності управління основними засобами на аналізованих підприємствах переробної галузі та використати отриману інформацію для прийняття управлінських рішень.

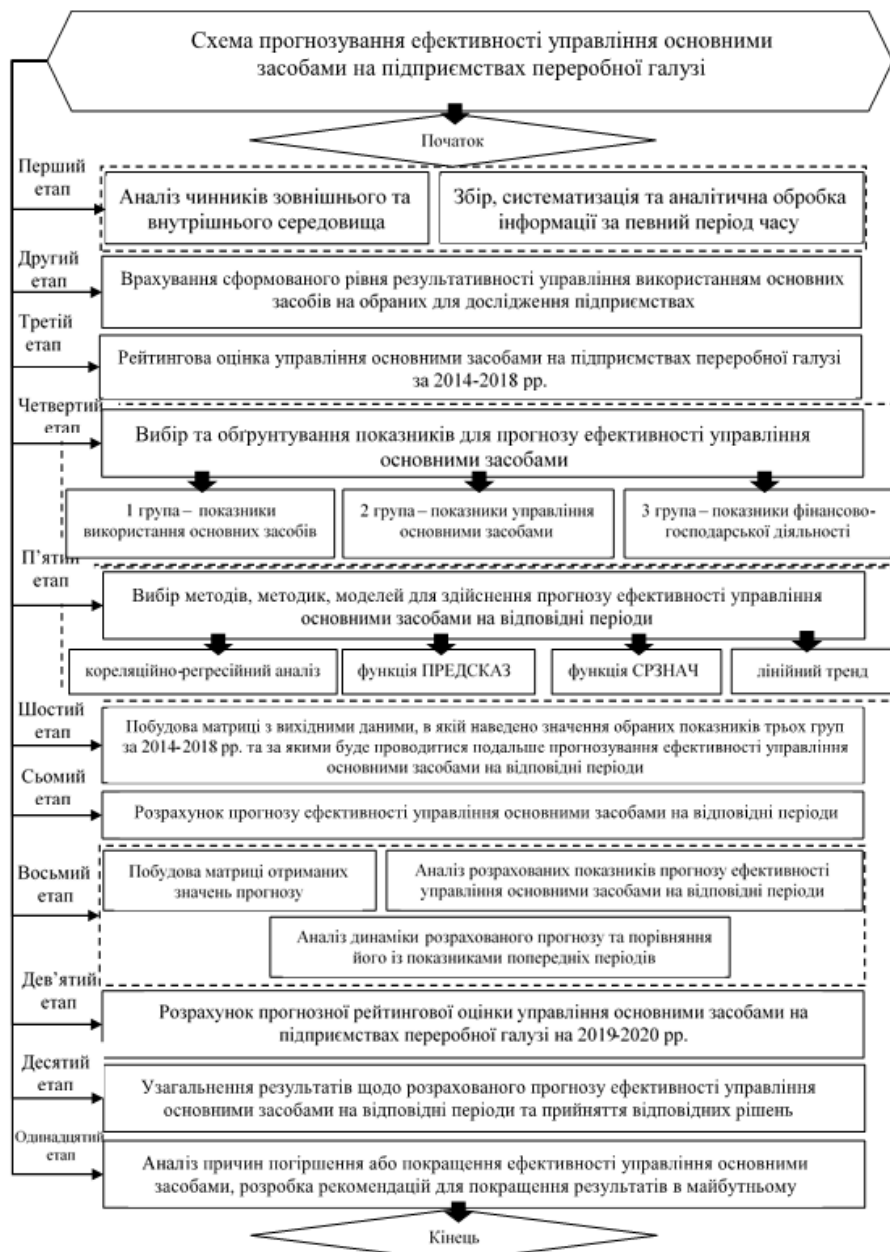


Рис. 1. Схема прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі  
Джерело. Примітка: розроблено автором

На п'ятому етапі передбачено вибір методів, методик, моделей для здійснення прогнозу ефективності управління основними засобами на відповідні періоди. Саме вибір інструментів для проведення прогнозу дозволить підвищити його точність, правдивість, практичність та за отриманими

результатами прийняти відповідні рішення. Зокрема, було прийнято рішення про використання вбудованих функцій Excel, а саме: кореляційно-регресійний аналіз; функція ПРЕДСКАЗ; функція СРЗНАЧ; лінійний тренд. Вибір даних методів для здійснення прогнозу обумовлений тим, що ми хочемо порівняти значення прогнозних розрахунків підприємства за обраними методами, визначити який з них більш достовірний, точний, відповідає дійсності та зробити висновки.

На шостому етапі доцільно побудувати матрицю з вихідними даними, в якій наведено значення обраних показників трьох груп за 2014-2018 рр. та за якими буде проводитися подальше прогнозування ефективності управління основними засобами на відповідні періоди. Побудова даної матриці дозволить нам узагальнити та систематизувати дані для зручності проведення подальшого прогнозу. Крім того, дані розбиваються по рокам та групам, що дозволить уникнути помилок при розрахунках прогнозу.

На сьомому етапі заплановано провести розрахунок прогнозу ефективності управління основними засобами на відповідні періоди. Передбачається здійснення прогнозу ефективності управління основними засобами відповідно до показників за трьома групами та на підставі обраних методів для отримання варіантів тенденцій зміни показників, прийняття на цій основі подальших рішень. При цьому нами передбачається здійснення прогнозу за обраними методами для трьох груп показників, що дозволить порівняти отримані дані та з'ясувати який з них більш реалістично відображає ефективність управління основними засобами на заданий період.

На восьмому етапі проводиться побудова матриці отриманих значень прогнозу, аналіз розрахованих показників прогнозу ефективності управління основними засобами на відповідні періоди, аналіз динаміки розрахованого прогнозу та порівняння із показниками попередніх періодів. Проводиться аналізування та характеристика отриманих даних за прогнозними розрахунками, порівнюються показники прогнозу за обраними методами, обирається результат прогнозу за одним методом, який відповідає реаліям діяльності підприємств, аналізується динаміка прогнозованих показників за обраним методом. В цілому, наочне представлення отриманих результатів є доцільним, оскільки можна з'ясувати динаміку змін прогнозних значень показників, порівняти дані за попередні періоди із прогнозними, оцінити перспективи процесу управління.

На дев'ятому етапі розраховуємо прогнозну рейтингову оцінку управління використанням основних засобів на підприємствах переробної галузі на 2019-2020 рр. Дана оцінка здійснюється відповідно до отриманих значень прогнозних показників за трьома групами та проводиться визначення динаміки зміни рейтингової оцінки за аналізований та прогнозний періоди, що дасть змогу з'ясувати чи відбудеться покращення управління використанням основних засобів або погіршення, стан результативності управління використанням основних засобів, тобто високий або незадовільний, тобто його зміни в прогнозованому періоді. В цілому, використання рейтингової оцінки на підприємствах переробної галузі дозволить нам представити результати управління основними засобами, здійснити діагностику управління основними засобами, використання основних засобів, стану фінансово-господарської діяльності, з'ясувати причини погіршення показників діяльності. В свою чергу, це дозволить сформулювати способи покращення управління основними засобами.

На десятому етапі проводимо узагальнення результатів щодо розрахованого прогнозу ефективності управління використанням основних засобів на відповідні періоди та прийняття відповідних рішень. Було визначено, що необхідно узагальнити отримані прогнозні дані за трьома групами показників, результати прогнозної рейтингової оцінки, зробити висновки щодо ефективності управління основними засобами в прогнозованих періодах та перейти до наступного етапу.

Останнім є одинадцятий етап на якому аналізуються причини погіршення або покращення ефективності управління основними засобами, розробляються рекомендації для покращення результатів в майбутньому. Отже, заключний етап дозволить нам запропонувати для аналізованих підприємств переробної галузі способи для підвищення ефективності управління основними засобами в прогнозованих періодах, уникнути ситуації погіршення ефективності та підприємства матимуть змогу прийняти до уваги причини погіршення, негативні фактори, їх ліквідувати та забезпечити зростання виробничо-господарської діяльності в майбутніх періодах.

Отже, вище наведено порядок розробки та впровадження методичного підходу прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі. Дотримання даного алгоритму дозволить здійснити прогноз показників управління основними засобами, проаналізувати результативність управління, підвищення чи зниження рівня ефективності процесу управління, окреслити проблеми на аналізованих підприємствах переробної галузі, обрати способи для подолання виявлених проблем, реалізувати коригуючі заходи. Одночасно, здійснення оцінки ефективності управління основними засобами поряд із прогнозуванням очікуваних результатів дозволить обрати дієві інструменти управління, реалізувати процес управління, приймати ефективні рішення.

**Висновки.** Таким чином, за результатами досліджень підходів вчених було удосконалено методичний підхід прогнозування ефективності управління основними засобами на підприємствах переробної галузі, який дозволяє здійснити прогноз за групою показників використання основних засобів, показників управління основними засобами, показників фінансово-господарської діяльності на підставі дотримання послідовності етапів та шляхом використання пакету аналізу та вбудованих функцій Excel. Також передбачається використання рейтингової оцінки для визначення достатності управління, стану

фінансово-господарської діяльності, наочного представлення результатів. Впровадження методичного підходу на підприємствах переробної галузі дозволить визначити рівень ефективності управління основними засобами, показники фінансово-господарської діяльності, загальне фінансове становище та прийняти якісні управлінські рішення, визначити потребу у застосуванні інструментів управління, досягнути бажаних результатів, покращити процес управління, відновити роботу підприємства.

Подальші дослідження слід спрямувати на практичне впровадження сформованого методичного підходу прогнозування ефективності управління основними засобами на обраних підприємствах переробної галузі для дослідження його практичної значущості, ефективності використання та формування відповідних висновків.

### Література

1. Вареник В.М., Євтушенко Я.С. Діагностичний аналіз ефективності управління активами підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 1(12). С. 117-122. URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12\\_2018/22.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/22.pdf).
2. Витвицька У.Я., Штим Ю.В. Рейтингова оцінка фінансового потенціалу підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. 30. Ч. 4. С. 70-74.
3. Кужельок А.В., Стаднюк Т.В. Рейтингова оцінка фінансового стану підприємств машинобудівної галузі України. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 3. С. 510-516. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-3/10-articles-3/256-kuzhelyuk-a-v-stadnyuk-t-v>.
4. Кундеус О.М. Економічна діагностика ефективності використання основних засобів в умовах інноваційної економіки. Економічний аналіз: Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу. 2010. Вип. 6. С. 430-433.
5. Мулик Т.О. Організація діагностики діяльності підприємства та його бізнес-процесів: теоретико-методичні підходи. Modern Economics. 2019. № 17. С. 158-164. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-25](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-25).
6. Нужна О.А., Пиріг С.О. Прогнозування показників ефективності використання основних засобів у сільському господарстві України методом екстраполяції тренду. Економічний форум. 2017. № 2. С. 35-41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor\\_2017\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_8).
7. Плинокос Д.Д. Рейтингове оцінювання як інструментарій стратегічного моніторингу галузей національного господарства. Ефективна економіка. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5057>.
8. Проскурів О.В., Ястремський М.М., Сорока Л.О. Діагностування та економетричне моделювання ефективності використання основних фондів. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 25. Ч. 2. С. 195-199. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_25/2/44.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/2/44.pdf).
9. Сафронська І.М., Белай Г.С. Методичні підходи до комплексної оцінки фінансового стану підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 17. С. 65-67. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2009\\_17\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_17_18).
10. Селезень О.М. Удосконалення підходів до оптимізації і прогнозування статей балансу. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 2. С. 605-610. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-2/9-articles-2/136-selezen-o-m>.
11. Шаховалова Є.О. Фінансове забезпечення відтворення основних засобів аграрних підприємств: дис. ... канд. економ. наук: 08.00.08 / Державний вищий навчальний заклад «Жітківський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Київ, 2016. 225 с.
12. Шеремет А.Д., Сайфулін Р.С. Финансы предприятий: Учеб. пособие для претендентов на получение квалификационного аттестата аудитора и проф. бухгалтера, а также для студ. экон. спец. вузов. Москва: ИНФРА-М, 1997. 343 с.

### References

1. Varenik V.M., Yevtushenko J.S. (2018). Diahnostychnyi analiz efektyvnosti upravlinnia aktyvamy pidpriemstva [Diagnostic analysis of the efficiency of enterprise asset management]. Eastern Europe: Economy, Business and Management, issue 1 (12), pp. 117-122. Available at: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12\\_2018/22.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/22.pdf).
2. Vytvytska U.Ya., Shtym Yu.V. (2018). Reitynhova otsinka finansovoho potentsialu pidpriemstva [Rating assessment of the financial potential of the enterprise]. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences, issue 30, part 4, pp. 70-74.
3. Kuzhelyuk A.V., Stadnyuk T.V. (2016). Reitynhova otsinka finansovoho stanu pidpriemstv mashynobudivnoi haluzi Ukrainy [Rating assessment of the financial condition of enterprises of the machine-building industry of Ukraine]. Economy and society, issue 3, pp. 510-516. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-3/10-articles-3/256-kuzhelyuk-a-v-stadnyuk-t-v>.
4. Kundeus O.M. (2010). Ekonomichna diahnostyka efektyvnosti vykorystannia osnovnykh zasobiv v umovakh innovatsiinoi ekonomiky [Economic diagnostics of efficiency of use of fixed assets in the conditions of innovative economy]. Economic analysis: Collection of scientific works of the department of economic analysis, issue 6, pp. 430-433.
5. Mulik T.O. (2019). Orhanizatsiia diahnostyky diialnosti pidpriemstva ta yoho biznes-protseisiv: teoretyko-metodychni pidkhody [Organization of diagnostics of enterprise activity and its business processes: theoretical and methodological approaches]. Modern Economics, no. 17, pp. 158-164. Available at: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-25](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-25).
6. Need O.A., Pie S.O. (2017). Prohnozuvannya pokaznykiv efektyvnosti vykorystannia osnovnykh zasobiv u silskomu hospodarstvi Ukrainy metodom ekstrapoliatsii trendu [Forecasting of indicators of efficiency of use of fixed assets in agriculture of Ukraine by a method of extrapolation of a trend]. Economic forum, no. 2, pp. 35-41. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor\\_2017\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_8).
7. Plynokos D.D. (2016). Reitynhove otsiniuvannya yak instrumentarii stratehichnoho monitorynhu haluzei natsionalnoho hospodarstva [Rating assessment as a tool for strategic monitoring of sectors of the national economy]. Efficient economy, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5057>.
8. Proskurovich O.V., Yastremsky M.M., Soroka L.O. (2017). Diahnostuvannya ta ekonometrychne modeliuвання efektyvnosti vykorystannia osnovnykh fondiv [Diagnosis and econometric modeling of the efficiency of fixed assets]. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences, issue 25, part 2, pp. 195-199. Available at: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_25/2/44.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/2/44.pdf).
9. Safronskaya I.M., Belay G.S. (2009). Metodychni pidkhody do kompleksnoi otsinky finansovoho stanu pidpriemstva [Methodical approaches to a comprehensive assessment of the financial condition of the enterprise]. Investments: practice and experience, no. 17, pp. 65-67. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2009\\_17\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_17_18).
10. Selezen O.M. (2016). Udokonalennia pidkhodiv do optymizatsii i prohnozuvannya statei balansu [Improving approaches to optimizing and forecasting balance sheet items]. Economy and society, issue 2, pp. 605-610. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-2/9-articles-2/136-selezen-o-m>.
11. Shakhovalova E.A. (2016). Finansove zabezpechennia vidtvorennia osnovnykh zasobiv ahramykh pidpriemstv [Financial support for the reproduction of fixed assets of agricultural enterprises]. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv: State higher educational institution «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman».
12. Sheremet A.D., Saifulin R.S. (1997). Fynansy predpriyatiy: Ucheb. posobyie dlia pretendntov na polucheniye kvalyfykatsyonnoho attestata audytora y prof. bukhhaltera, a takzhe dlia stud. ekon. spets. vuzov [Enterprise Finance: Textbook. manual for applicants for the qualification certificate of the auditor and prof. accountant, as well as for students. econ. special universities]. Moscow: INFRA-M.

Рецензія/Peer review : 07.11.2018 Надрукована/Printed : 04.12.2018

УДК: 338.45:621:005.332.4:005.2  
DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-252-257

ГАМОВА О. В.  
Запорізька державна інженерна академія

## МЕТОДИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

*У статті доведено, що для успішного функціонування підприємств машинобудування доцільним є зберігати конкурентні позиції на ринку, використовувати конкурентні переваги. Для підвищення конкурентоспроможності вагоме значення має раціональне використання ресурсів, достатній рівень фінансування, планування роботи, коригування виробничої діяльності, залучення інвестиційного капіталу, врахування впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, впровадження новітнього обладнання, виробництво якісної продукції, коригування цін та врахування очікувань покупців. Встановлено, що конкурентоспроможність є передумовою успішної фінансово-господарської діяльності, досягнення прибутковості та є підтвердженням ефективності системи управління. Розглянуто доцільність використання методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств як передумови стратегічного розвитку. Використано метод консалтингової агенції МакКінзі та метод експертного опитування, що дозволило оцінити привабливість продукції, конкурентні позиції бізнес-напрямків, рівень стійкості системи маркетингу, рівень застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування, рівень ефективності управління кадрами (мотивації кадрів), рівень застосування сучасних методів управління (процесів та методологій управління) та здійснено оцінку конкурентоспроможності підприємства за даними методами. Визначено, що відповідно до отриманих результатів аналізу за методом консалтингової агенції МакКінзі та методом експертного опитування підприємство має зростаючі показники конкурентоспроможності та доцільно впроваджувати рекомендації щодо покращення управління конкурентоспроможністю, використання резервів формування конкурентних переваг, конкурентного потенціалу, розробки конкурентної стратегії для успішного розвитку в майбутньому.*

*Ключові слова:* конкурентоспроможність, конкурентна стратегія, стратегія розвитку, управління, метод консалтингової агенції МакКінзі, метод експертного опитування.

GAMOVA O.  
Zaporozhye State Engineering Academy

## METHODOLOGICAL AND APPLIED PRINCIPLES OF COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES AS A PREREQUISITE FOR STRATEGIC DEVELOPMENT

*In the article it is proved that for the successful functioning of machine-building enterprises it is advisable to maintain competitive positions in the market, to take advantage of competitive advantages. In order to increase competitiveness, rational use of resources, sufficient level of financing, planning of work, adjustment of production activity, attraction of investment capital, taking into account the influence of factors of internal and external environment, introduction of new equipment, production of quality products, adjustment of prices and expectations of customers are of great importance. It is established that competitiveness is a prerequisite for successful financial and economic activity, achievement of profitability and is a confirmation of the effectiveness of the management system. The expediency of using methodological approaches to the assessment of competitiveness of enterprises as a prerequisite for strategic development is considered. The method of consulting agency McKinsey and the method of expert survey were used, which allowed to evaluate the attractiveness of products, competitive positions of business directions, the level of stability of the marketing system, the level of application of advanced technologies, technological processes and equipment, the level of efficiency of personnel management (motivation of personnel), the level of application of modern methods. management (processes and management methodologies) and an assessment of the competitiveness of the enterprise by these methods. It is determined that according to the results of the analysis by the method of consulting agency McKinsey and the method of expert survey, the company has increasing competitiveness indicators and it is advisable to implement recommendations for improving competitiveness management, use of reserves for the formation of competitive advantages, competitive potential, development of competitive strategy. The enterprise under analysis has all the prerequisites for the implementation of a competitive strategy and it is advisable to implement management in order to increase its competitiveness. In order to increase competitiveness, it is also necessary to improve the position of the company, improve the management system, activities, make rational management decisions, implement modern equipment, expand markets, rationally invest in profitability and risk.*

*Keywords:* competitiveness, competitive strategy, development strategy, management, method of McKinsey consulting agency, method of expert survey.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан підприємств машинобудування потребує вирішення значної кількості проблем, однією з яких є підвищення рівня конкурентоспроможності на світових ринках. За умов жорсткої конкурентної боротьби передумовою виживання підприємств є формування конкурентних переваг, що можливо за умови високого рівня конкурентоспроможності. Зростання конкурентоспроможності свідчатиме про високу якість продукції, наданих послуг, задоволення потреб споживачів, своєчасне реагування на зміни зовнішнього середовища, наявність висококваліфікованих працівників. Для покращення конкурентоспроможності доцільно здійснювати управління даним процесом шляхом пошуку нових каналів збуту продукції, формування конкурентних переваг. Поряд з цим, підприємства машинобудування функціонують в умовах загострення конкурентної боротьби і тому виникає потреба в управлінні конкурентоспроможністю та здійсненні оцінки її рівня. Тому перед керівництвом підприємств

машинобудування стоїть завдання щодо аналізування конкурентоспроможності, визначення причин її погіршення, розробки шляхів та напрямів зміцнення конкурентних позицій.

Для оцінки конкурентоспроможності доцільним є використання сучасних теоретико-методичних підходів, що дозволить здійснити ґрунтовний аналіз та використати отримані інформаційні дані для з'ясування доцільності розробки або покращення конкурентної стратегії, здійснення управління конкурентоспроможністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед вчених вагомих внесок у дослідження показників, методів, теоретичних основ, методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств здійснили: Балан В.Г., Анісімова Л.А. [1]; Заріцька Н.М. [2]; Карпенко Л.М. [3, с. 25-31]; Кирчата І.М. [4, с. 22-26]; Ковальська Л.Л. [5, с. 111-123]; Рibaкова Т., Костьев О. [6, с. 28-31]; Солонінко К.С., Фійнцева Я.О. [7, с. 53-56]; Фурик В.Г., Тітова К.С., Тямусева В.М. [8]; Халімон Т.М. [9]; Хоменко Я.В., Резнікова О.С. [10, с. 154-160]; Шаркаді М.М. [11].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** На даний момент існує чимало досліджень у напрямку здійснення конкурентного аналізу підприємства. Проте не існує загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначення доцільності впровадження конкурентної стратегії. Крім того, авторами не проведено оцінку конкурентоспроможності на підставі використання методу консалтингової агенції МакКінзі та методу експертного опитування для підприємств машинобудування, що дозволить проаналізувати привабливість продукції, конкурентні позиції бізнес-напрямків, рівень стійкості системи маркетингу, застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування, ефективності управління кадрами, застосування сучасних методів управління. Тому існує потреба у комплексній оцінці конкурентоспроможності підприємства та визначенні теоретичних, методичних основ її проведення.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення методико-прикладних засад проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств машинобудування шляхом використання методу консалтингової агенції МакКінзі, методу експертного опитування як передумови стратегічного розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** У загальному вигляді конкурентоспроможність підприємства слід розуміти як його здатність успішно функціонувати, розвиватися, досягти зростання показників фінансово-господарської діяльності протягом довгострокового періоду в умовах змінності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме конкурентоспроможність підприємства є відображенням позиції підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках, здатності до конкурентної боротьби, визначає конкурентні переваги та конкурентний потенціал. Тому для будь-якого підприємства доцільним є проведення оцінки конкурентоспроможності шляхом використання теоретичних та практичних підходів, що дозволить визначити передумови стратегічного розвитку. Результати оцінки дозволять визначити загальний рівень конкурентоспроможності, успішність функціонування підприємства, оцінити привабливість продукції, конкурентні позиції бізнес-напрямків, рівень стійкості системи маркетингу, ефективності управління кадрами, застосування прогресивних технологій, сучасних методів управління та зробити висновки щодо подальшого розвитку.

Більш детально зупинимося на проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства машинобудування у 2017 р. шляхом використання методу консалтингової агенції МакКінзі, методу експертного опитування.

Першим було використано метод консалтингової агенції МакКінзі та здійснено оцінку привабливості продукції, конкурентних позицій бізнес-напрямків та побудовано матрицю «привабливість-конкурентоспроможність».

Для ПАТ «Запорізький механічний завод» за період 2017 р. було проведено аналіз конкурентоспроможності підприємства методом консалтингової агенції МакКінзі. Методом експертних оцінок була прорангована привабливість та конкурентоспроможність кожного товару підприємства, максимальна оцінка становить 10 балів. Досліджувана продукція ПАТ «Запорізький механічний завод»:

1. Болт з гайкою Д100.24.005/006.
2. Вкладиш 11Д45.35.11 СБ.
3. Клапан Д49.78.05.
4. Шестерня ТЕ2.62.034.
5. Шестерня Т328.37.10.01.
6. Колесо черв'ячне 2-1317-7 (М28-195).
7. Привід швидкостеміра С336.01.00.

Для здійснення аналізу портфеля бізнес-напрямків методом консалтингової агенції МакКінзі необхідно розрахувати узагальнену оцінку кожного показника, що було здійснено шляхом визначення добутку вагомості показника та його рангу (табл. 1, табл. 2).

На основі отриманих даних будемо матрицю, в якій вертикальна лінія – значення фактору привабливості ринку в межах від 1 до 10, горизонтальна лінія – значення фактору конкурентоспроможності (від 1 до 10). Відповідно до отриманих даних в табл. 1, 2 розміщуємо кожен товар підприємства (оскільки діаметр кола дуже малий і буде некоректно відображено на матриці, використані інші позначення) (рис. 1).

Таблиця 1

**Експертні оцінки привабливості продукції ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Характеристики привабливості	Результати оцінювання експертами за десятибальною системою привабливості ринків з основних напрямків діяльності підприємства							
	Вага	1	2	3	4	5	6	7
Рівень конкуренції	0,25	4	6	7	8	9	5	3
Тенденції розвитку ринку	0,2	5	7	9	1	3	5	6
Бар'єри входу на ринок	0,15	8	2	9	3	5	7	2
Стійкість потреб споживачів	0,1	4	5	7	9	2	5	7
Державне регулювання	0,2	7	3	6	5	7	9	8
Залежність ринку від зовнішніх чинників	0,1	3	6	7	8	9	8	6
<b>Загальна зважена оцінка</b>	<b>1</b>	<b>5,3</b>	<b>4,9</b>	<b>7,5</b>	<b>5,35</b>	<b>6,1</b>	<b>6,4</b>	<b>5,2</b>

Примітка: розроблено автором на основі [10]

Таблиця 2

**Експертні оцінки конкурентних позицій бізнес-напрямків ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Характеристики конкурентних позицій	Результати оцінювання експертами за десятибальною системою конкурентних позицій основних бізнес-напрямків діяльності підприємства							
	Вага	1	2	3	4	5	6	7
Якість продукції	0,2	10	4	6	8	9	7	5
Місце розташування	0,1	9	8	6	4	3	4	5
Виробничі потужності	0,2	10	5	7	9	10	5	6
Рівень обслуговування клієнтів	0,3	9	5	7	9	5	6	8
Прихильність споживачів до продукції	0,2	10	6	9	4	7	2	9
<b>Загальна оцінка</b>	<b>1</b>	<b>9,6</b>	<b>5,3</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6,9</b>

Примітка: розроблено автором на основі [10]

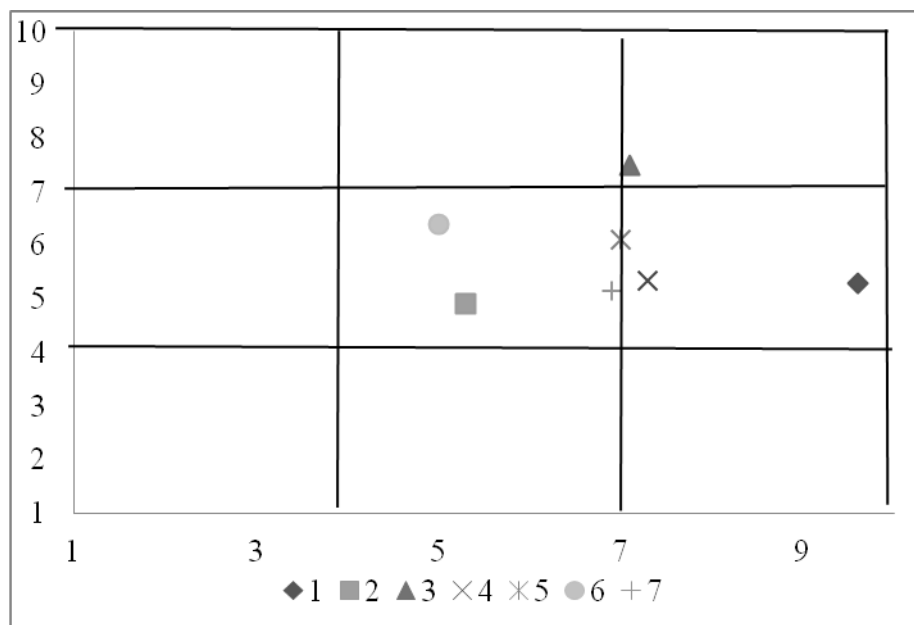


Рис. 1. Матриця «привабливість–конкурентоспроможність» підприємства ПАТ «Запорізький механічний завод»

Відповідно до отриманих даних матриці «привабливість–конкурентоспроможність» підприємства можна відзначити наступне:

1. до зони середнього рівня привабливості та конкурентоспроможності відносяться: вкладиш 11Д45.35.11 СБ; шестерня Т328.37.10.01; колесо черв'ячне 2-1317-7 (М28-195); привід швидкостеміра С336.01.00. Рекомендується стратегія вибіркового розвитку, що орієнтована на одержання максимального прибутку, а також на пошук шляхів для переходу в зону зростання. Необхідно інвестувати кошти в ті продукти, які можуть бути найбільш прибутковими за мінімальних ризиків;

2. до зони середнього рівня конкурентоспроможності та високого рівня привабливості відносяться: болт з гайкою Д100.24.005/006; шестерня ТЕ2.62.034. Дана зона містить середні за рівнем конкурентоспроможності продукти, які діють на непривабливому ринку збуту. Рекомендована стратегія утверджувати лідерство на ринку;

3. до зони високого рівня конкурентоспроможності та високого рівня привабливості відноситься клапан Д49.78.05.

Отже, ПАТ «Запорізький механічний завод» має більшу частину продукції в зоні «вибіркового розвитку», тобто підприємство спеціалізується на перспективних сегментах та на сильних сторонах, має достатній рівень конкурентоспроможності. Для успішного розвитку в майбутньому слід залучати інвестиційний капітал та вкладати його у виробництво продукції, що користується попитом, а також в досліджувані бізнес-напрямки з урахуванням рентабельності та ризику.

Проведемо оцінку показників внутрішньої конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Запорізький механічний завод» – є провідним виробником запасних частин для залізничного рухомого складу в Україні і веде активну діяльність не тільки на внутрішньому ринку, а й на зовнішніх ринках збуту.

За допомогою методу експертного опитування проводиться оцінювання елементів конкурентоспроможності підприємства в рамках кожного напрямку за визначеною шкалою у 2017 р. Визначення збігу думок експертів проводиться за допомогою загальноприйнятих методичних підходів. За сумою балів експертно визначається рівень конкурентоспроможності кожного з елементів внутрішньої конкурентоспроможності підприємства, а саме: рівень стійкості системи маркетингу; рівень застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування; рівень ефективності управління кадрами (мотивації кадрів); рівень застосування сучасних методів управління (процесів та методології управління) [6].

Однією з головних складових конкурентоспроможності підприємства є визначення рівня стійкості системи маркетингу, тобто досліджується ефективність роботи служби маркетингу підприємства, а саме: рівень ефективності системи стимулювання збуту і післяпродажного обслуговування, сучасна система реклами, проведення маркетингових досліджень (табл. 3) Розраховано сумарне значення рівня стійкості системи маркетингу, яке складає 17 б, а отже відповідно до результатів експертного оцінювання визначено середній рівень конкурентоспроможності даної складової.

Таблиця 3.

**Експертне оцінювання рівня стійкості системи маркетингу ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Елементи	Бали		
	1 б	2 б	3 б
Здійснення сегментації ринку	1		
Вивчення потреб і переваг споживачів	1		
Вивчення конкурентів		2	
Рівень контролю за якістю послуг	1		
Використання торгової марки		2	
Облік еластичності попиту при встановленні ціни			3
Застосування системи знижок з ціни			
Використання прогресивних методів продаж		2	
Рівень сервісу		2	
Оцінка ефективності послуг	1		
Оцінка ефективності рекламних заходів		2	
Всього			17 б

Примітка: розроблено автором на основі [6]

Визначення рівня конкурентоспроможності наступного елемента внутрішньої конкурентоспроможності підприємства, а саме рівня застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування відображено в табл. 4.

Таблиця 4.

**Оцінка рівня застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Елементи	Бали		
	1 б	2 б	3 б
Конкурентоспроможність технологій, що використовуються			3
Забезпечення необхідного рівня якості та конкурентоспроможності продукції (послуг)			3
Ступінь відповідності устаткування і технологій особливостям та обсягам ринку			3
Нарощуваність (розширення діючих потужностей)			3
Ефективність технологій, технологічних процесів і устаткування			3
Гнучкість технологій, технологічних процесів і устаткування		2	
Комплексність технологій, технологічних процесів і устаткування		2	
Універсальність технологій, технологічних процесів і устаткування		2	
Легкість адаптації	1		
Всього			22 б

Примітка: розроблено автором на основі [6]

Сумарне значення рівня застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування становить 22 б, тобто експертно визначено високий рівень даного елемента внутрішньої конкурентоспроможності.

Також важливою складовою конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Запорізький механічний завод» є управління кадрами. Система управління персоналом складається з таких елементів, як планування

чисельності персоналу, набір та відбір кадрів, навчання та підвищення кваліфікації, аналіз ефективності роботи, ротація кадрів. Оцінка рівня ефективності управління кадрами проводиться за наступними елементами (табл. 5) із використанням 3-бальної шкали. За результатами оцінювання експертами даного елемента визначено високий рівень конкурентоспроможності, адже рівень ефективності управління кадрами (мотивації кадрів) склав 27 балів.

Таблиця 5

**Експертне оцінювання рівня ефективності управління кадрами (мотивації кадрів)  
ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Елементи	Бали		
	1 б	2 б	3 б
Застосування методів прямої матеріальної винагороди (заробітна плата, премії, участь у прибутках)			3
Застосування методів непрямой матеріальної винагороди (сплата за навчання, страхування, пенсійне забезпечення)			3
Застосування методів нематеріальної мотивації (гнучкі графіки роботи)		2	
Створення умов для «внутрішньої» мотивації (цікава робота, можливості досягнення успіху, самореалізація)			3
Створення умов для «зовнішньої мотивації» (визнання, просування по службі)		2	
Навчання управлінського персоналу методам мотивації		2	
Використання системи оцінки «робочого внеску» в результаті			3
Система участі персоналу у прибутках			3
Участь персоналу в управлінні підприємством		2	
Адаптація персоналу до системи державного регулювання трудових відносин	1		
Добір, оцінювання і розставлення кадрів управління (підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації, формування резерву керівників, поточне оцінювання та атестація, робота з консультантами та молодими спеціалістами)			3
Всього			27 б

Примітка: розроблено автором на основі [6]

В забезпеченні конкурентоспроможності ПАТ «Запорізький механічний завод» відіграє важливу роль не тільки ефективність структури управління, а й використання сучасних методів управління. Бальна оцінка досягнутого рівня застосування сучасних методів управління проводиться за окремими елементами (табл. 6) із застосуванням бальної оцінки.

Таблиця 6

**Оцінка рівня застосування сучасних методів управління (процесів та методології управління)  
ПАТ «Запорізький механічний завод»**

Елементи	Бали		
	1 б	2 б	3 б
Дослідження та діагностика діючої системи управління (використання аналітичних матеріалів для дослідження системи управління, організаційного діагнозу, проведення техніко-економічних розрахунків щодо різних напрямів і можливостей розвитку організаційної системи)		2	
Моніторинг змін з боку зовнішнього та внутрішнього середовища		2	
Дослідження, експерименти, моделювання, проведення розрахунків щодо різних напрямків підвищення ефективності та дієвості системи управління	1		
Використання сучасних інформаційних технологій			3
Узагальнення та балансування «організаційного зрізу» інших вітчизняних та іноземних процвітаючих підприємств	1		
Моніторинг законодавчих документів, норм та нормативів для побудови системи управління		2	
Розробка планів і програм щодо організаційного розвитку підприємства			3
Застосування стратегічно орієнтованих процесів контролю та координації діяльності		2	
Впровадження системи вдосконалення організації та умов праці			3
Підвищення організаційно-технічного рівня діяльності окремих ланок управління та виконавців		2	
Всього			21 б

Примітка: розроблено автором на основі [6]

За результатами табл. 6 було визначено суму балів експертів щодо рівня застосування сучасних методів управління (процесів та методології управління), яка становить 21 бал, що відображає високий рівень конкурентоспроможності даної складової.

Таким чином, було проаналізовано за допомогою методу експертного опитування основні складові внутрішньої конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Запорізький механічний завод» у 2017 р. та з'ясовано, що відбулося покращення стійкості системи маркетингу, застосування прогресивних технологій, технологічних процесів і устаткування, управління кадрами, застосування сучасних методів управління. Для підприємства рекомендується наступальна стратегія, атакування лідера та флангова стратегія, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

Отримані результати по ПАТ «Запорізький механічний завод» на підставі використання методу консалтингової агенції МакКінзі, методу експертного опитування є підтвердженням ефективності обраних напрямів стратегічного розвитку, а також доцільності впровадження конкурентної стратегії для процвітанню в майбутньому.

**Висновки.** Визначено методико-прикладні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства та використано метод консалтингової агенції МакКінзі, метод експертного опитування. Метод консалтингової



агенції МакКінзі дозволив оцінити привабливість продукції, конкурентні позиції бізнес-напрямків та за допомогою методу експертного опитування було визначено рівень стійкості системи маркетингу, ефективності управління кадрами, застосування прогресивних технологій, сучасних методів управління. Результати аналізу конкурентоспроможності дозволяють стверджувати, що підприємство спеціалізується на перспективних сегментах та на сильних сторонах, а також відбулося зростання показників внутрішньої конкурентоспроможності підприємства.

На підприємстві ПАТ «Запорізький механічний завод» є всі передумови до впровадження конкурентної стратегії та для підвищення конкурентоспроможності доцільним є здійснення управління. Задля підвищення конкурентоспроможності також слід покращити положення підприємства, вдосконалити систему управління, діяльність, приймати раціональні управлінські рішення, впроваджувати сучасне устаткування, розширити ринки збуту, раціонально вкладати інвестиції з урахуванням рентабельності та ризику.

### Література

1. Балан В.Г., Анісімова Л.А. Методичне забезпечення оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2011. Вип. 25. С. 33-42.
2. Заріцька Н.М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Ефективна економіка. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647> (дата звернення: 07.02.2018).
3. Карпенко Л.М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 3(50). Ч. 2. С. 24-31.
4. Кирчата І.М. Розвиток конкурентного потенціалу як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 3(1). С. 21-27.
5. Ковальська Л.Л. Методичні підходи до аналізу і оцінювання конкурентоспроможності регіону. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 3(141). С. 109-124.
6. Рибакова Т., Костьев О. Аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства. Економічний аналіз. 2012. Вип. 11. Ч. 3. С. 28-31.
7. Солонінко К.С., Фіїнцева Я.О. Теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції. Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2014. № 1 (67). С. 53-58.
8. Фурик В.Г., Тітова К.С., Тямусева В.М. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 467-472. URL: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017/26-vipusk-16-kviten-2017-r-2/3159-furik-v-g-titova-k-s-tyamusheva-v-m-integralna-otsinka-konkurentospromozhnosti-pidpriemstv> (дата звернення: 07.02.2018).
9. Халімон Т.М. Методи оцінки, індикатори та орієнтири конкурентоспроможності підприємств. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 6. С. 225-231. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-6/13-stati-6/454-khalimon-t-m> (дата звернення: 07.02.2018).
10. Хоменко Я.В., Резнікова О.С. Фактори конкурентоспроможності підприємств металургійної галузі в умовах глобалізації. Академічний огляд. 2013. № 2(39). С. 154-161. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao\\_2013\\_2\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2013_2_22) (дата звернення: 12.01.2018).
11. Шаркаді М.М. Методологічні основи оцінки конкурентоспроможності підприємств. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2010. Спецвип. 29. Ч. 2: Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності в сучасних умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці. С. 217-220.

### References

1. Balan V.G., Anisimova L.A. (2011). *Metodychne zabezpechennia otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [Methodological support for the evaluation of the competitiveness of enterprises]. Theoretical and applied issues of economics, vol. 25, pp. 33-42.
2. Zaritskaya N.N. (2015). *Otsinka konkurentospromozhnosti produktii pidpriemstva* [Estimation of competitiveness of products of enterprise]. Journal «Efektyvna ekonomika», no. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647> (accessed 07 February 2018).
3. Karpenko L.M. (2013). *Metodychni pidkhody do otsiniuvannia rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Methodical approaches to assessing the level of competitiveness of the enterprise]. Bulletin of socio-economic research, Vol. 3(50), part 2, pp. 24-31.
4. Kirchata I.M. (2015). *Rozvytok konkurentnoho potentsialu yak osnova zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Competitive potential as a basis for ensuring the competitiveness of enterprises]. Problems and prospects of entrepreneurship development, no. 3 (1), pp. 21-27.
5. Kovalska L.L. (2013). *Metodychni pidkhody do analizu i otsiniuvannia konkurentospromozhnosti rehionu* [Methodical approaches to analysis and estimation of region's competitiveness]. Current problems of the economy, no. 3 (141), pp. 109-124.
6. Rybakova T., Kostyev O. (2012). *Analiz i otsinka konkurentospromozhnosti promyslovoho pidpriemstva* [Analysis and estimation of the industrial enterprise competitiveness]. Economic analysis, Vol. 11, p. 3, pp. 28-31.
7. Soloninko K.S., Finintseva Y.A. (2014). *Teoretychni osnovy otsinky konkurentospromozhnosti produktii* [Theoretical bases for the assessment of product competitiveness]. ZhSTU Bulletin. Series: Economic Sciences, no. 1 (67), pp. 53-58.
8. Fyrik V.G., Titova K.S., Tyamusheva V.M. (2017). *Intehralna otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [Integral estimation of the competitiveness of enterprises]. Global and national problems of economy, Vol. 17, pp. 467-472. Available at: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017/26-vipusk-16-kviten-2017-r-2/3159-furik-v-g-titova-k-s-tyamusheva-v-m-integralna-otsinka-konkurentospromozhnosti-pidpriemstv> (accessed 07 February 2018).
9. Khalimon T.N. (2016). *Metody otsinky, indykatory ta oryentiry konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [The evaluation methods, indicators and guidelines of competitiveness in the enterprises]. Economy and society, Vol. 6, pp. 225-231. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-6/13-stati-6/454-khalimon-t-m> (accessed 07 February 2018).
10. Khomenko Y.V., Reznikova O.S. (2013). *Faktory konkurentospromozhnosti pidpriemstv metalurhiinoi haluzi v umovakh hlobalizatsii* [Factors of competitiveness of metallurgical enterprises in the conditions of globalization]. Academic Review, no. 2(39), pp. 154-161. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao\\_2013\\_2\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2013_2_22) (accessed 12 January 2018).
11. Sharkadi M.M. (2010). *Metodolohichni osnovy otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [Methodological bases of enterprise competitiveness assessment]. Uzhgorod University Scientific Bulletin. Series: Economics, special issue 29, part 2: Improving accounting, analysis, audit and reporting in the current context of globalization in the world economy, pp. 217-220.

УДК 65.011.56:658

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-258-263

НІКІФОРОВА Л. О.

Вінницький національний технічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ INDUSTRY 4.0

У статті розглянуто переваги та недоліки використання АСУ на підприємствах промисловості, а також доведено необхідність удосконалення алгоритму формування будь-яких АСУ в умовах, які диктує Industry 4.0. В основі запропонованого алгоритму лежить модель створення АСУ з використанням математичного апарату, який дозволяє одночасно описати як технічну, так і людську складові. Також в статті розглядаються питання, пов'язані з готовністю сучасного апаратного забезпечення до роботи в умовах промислового Інтернету в складі систем цифрового управління підприємством із застосуванням принципів Industry 4.0.

Ключові слова: АСУ, Industry 4.0, IoT, підприємство, промисловість, алгоритм, модель, виробничий процес, блокчейн.

NIKIFOROVA L.

Vinnytsia National Technical University

## FEATURES OF DEVELOPMENT AND USE OF ACS IN INDUSTRIAL ENTERPRISES IN ACCORDANCE WITH THE CONCEPT OF INDUSTRY 4.0

The article considers the advantages and disadvantages of using ACS in industrial enterprises. The necessity of improving the algorithm of formation of any ACS in the conditions dictated by Industry 4.0 is proved. The article also develops approaches to the synthesis of modern ACS for industrial enterprises within the concept of Industry 4.0, based on the modeling of basic acts of management, which are necessary for the formation of effective automated decision-making and management systems taking into account rapid changes. The proposed algorithm is based on a model of ACS creation using a mathematical apparatus, which allows simultaneously describe both technical and human components. The model is presented in the form of the operator  $G$ , which converts the information about the specified technological process, which was obtained before the implementation of the control act (I0), into information about the same technological process, but which takes place after the control act (I1). A block diagram of a parallel feedback model in the ACS has also been developed. Based on the proposed model and taking into account the main paradigms of the Industry 4.0 concept, an ACS generation algorithm was developed, which includes the formation of the information space of the task of managing a given technological process using open source encryption and blockchain technology; breakdown of the process of controlling the production or technological process into separate stages (operations), in which there is

a change of one of the components of information with the final receipt of a graph, the nodes of which are components  $g_k^i$  of the information space of the problem, adapted to new tasks of the enterprise or the changing competitive environment, and also is easily integrated into the new information environment which is produced by the concept of Industry 4.0. Also in the article the questions connected with readiness of the modern hardware for work in the conditions of the industrial Internet as a part of systems of digital management of the enterprise with application of the principles of Industry 4.0 are considered.

Keywords: ACS, Industry 4.0, IoT, enterprise, industry, algorithm, model, production process, blockchain.

**Постановка проблеми.** У сучасних галузях промисловості існує високий попит на максимізацію та автоматизацію виробничих процесів. Це зростаючий попит призвів до широкого використання автоматизованих систем управління (АСУ) замість людей для виконання складних і навіть простих, але постійно повторюваних завдань, що підвищило якість товару і безпеку виробничих процесів, а також продуктивність та ефективність виробництва. Саме тому АСУ вважаються дуже важливим елементом у галузях промисловості через їх точність, надійність та ефективність, а також багатозадачність. Але важливою обставиною при цьому є те, що необхідність приймати рішення та здійснювати вибір вимагає включення у структури управління також і людини. Людина здійснює різноманітну діяльність: від здійснення так званого «управління вручну», до підготовки баз даних для використання в АСУ. Однак сьогодні все ще існує розбіжність у методах, які використовуються для опису технічної та людської компонент АСУ і якщо для опису функціонування технічних пристроїв існують добре розвинені математичні методи, то опис людської складової все ще залишається проблемним питанням, що є особливо актуальним в період впровадження у світі концепції Industry 4.0. Саме тому необхідні такі моделі розробки АСУ, які можуть бути швидко адаптовані до мінливих умов ринку, легко бути інтегровані в всесвітній інформаційний простір, за необхідністю, мати дистанційне керування і можливість верифікації, а також використовувати сучасні технології захисту програмного коду, і при цьому мати змогу врахування людського фактору.

**Аналіз останніх досліджень.** В статті Світлого Д.О. [1] з точки зору практика розглядається важливість технічних факторів у системі ERP, що призводять до успішної реалізації АСУ, але основним недоліком даної роботи є те, що дослідження були зосереджені лише на одній компанії та була обрана модель дослідження конкретних випадків даної компанії.

Сучасні моделі АСУ детально описано в праці [2], де наведено велику кількість прикладів застосування загальних методів теорії автоматичного управління до широкого кола наукових та практичних задач. Показано, що важливою особливістю теорії автоматичного управління є наявність регуляторів та

блоків для здійснення зворотного зв'язку. Із використанням таких блоків система автоматичного управління формується за розробленим алгоритмом як звичайний конструктор – поблочно, саме за таким алгоритмом працює також сучасна технологія блокчейн. Однак задачі моделювання людини та включення її моделей у системи автоматичного управління в [2] не розглядаються.

В роботі Щедриної О.І. [3] виділено основні переваги використання сучасних технологій, які використовуються у концепції Industry 4.0., але не було виділено особливостей використання даних технологій для промислових підприємств і можливість уже розроблених АСУ і їх інтеграції в дані технології.

В роботах Оборського П. [4,5] детально розглядається питання орієнтовані на інтеграцію операторів машин із потоком інформації у виробничий процес відповідно до вимог Industry 4.0. Розроблена спеціальна ІТ-система, яка дозволяє автоматично ідентифікувати завдання для оператора машини та конкретної деталі, що зараз обробляється. Оператор може перевірити інформацію про процес та завдання, але дна система не врахує оператора як динамічну складову системи - лише як контролера, який приймає рішення на основі поданої інформації. Також недоліком даної розробки є те, що вона розроблена спеціально під галузь літакобудування і не має необхідної гнучкості для її адаптації під іншу галузь.

Формування цілей статті. Метою статті є розробка підходів до синтезу сучасних АСУ для промислових підприємств в рамках концепції Industry 4.0, заснованих на моделюванні елементарних актів управлінської діяльності, що необхідні для формування ефективних автоматизованих систем прийняття рішень та управління з урахуванням швидких змін зовнішнього світу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Впровадження сучасних інформаційних або автоматизованих систем управління підприємством дозволяє зібрати в одному місці всі наявні дані про компанію, включаючи статистику використання ресурсів, наповненість складських приміщень, поточний стан тих чи інших бізнес-процесів, базу клієнтів, інформацію про співробітників, поставках сировини, обсязі продажів і одержуваного прибутку [6]. В цілому основні переваги різноманітних АСУП представлені на рис. 1 [6,7].

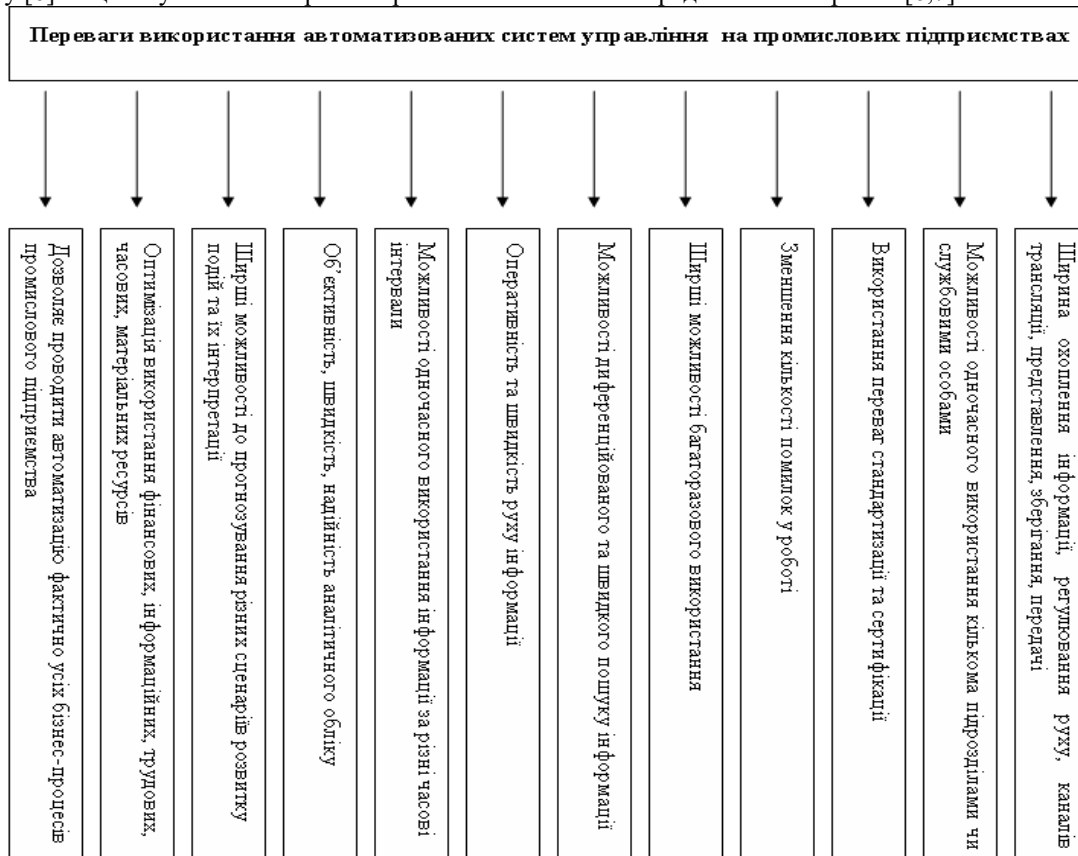


Рис. 1. Переваги використання АСУП у діяльності промислового підприємства

Системи, що охоплюють усі бізнес-процеси та орієнтовані на загальну автоматизацію управління підприємством, автоматизацію його стратегії повинні бути адаптивними, динамічними та швидко і легко інтегруватися в ті умови, які висуває сучасна світова концепція Industry 4.0 [3]. Концепція промислового розвитку Industry 4.0 з'явилась в 2011 році в німецькій програмі модернізації національної промисловості. З 2013 року подібні програми почали масово приймати інші європейські країни, США, Японія, Китай і ін., а пізніше термін Industry 4.0 став загальноприйнятим [3]. Термін Industry 4.0 включає в себе цілий спектр понять: від сучасних АСУ виробництва і моделей оптимізації різних бізнес-процесів підприємств до реалізації всебічного впровадження робототехніки та елементів штучного інтелекту, а також впровадження

технології IoT в усі сфери життя. Концепція Industry 4.0 передбачає об'єднання сучасних інформаційно - комунікаційних технологій (в тому числі IT-технологій) з виробничим обладнанням і засобами автоматизації, що скероване на організацію і контроль всього ланцюжка створення собівартості протягом всього виробничого циклу продукту чи послуги. Зауважимо, що революція галузі 4.0 зумовлена технологією та розвитком IT, а також посиленням конкуренції, де ринок повністю визначає успіх та принципи роботи [4]. Керівники промислових виробничих підприємств таких галузей як машинобудування, приладобудування тощо, нарешті зрозуміли, що вони потребують все більшої автоматизації не лише окремих специфічних технічних процесів, але й також процесів у сфері обробки різноманітних даних. Також, останнім часом можемо спостерігати, що згідно з ідеєю Industry 4.0, важлива область досліджень зосереджена на автоматизації збору та обробки даних у процесі моніторингу та контролю виробничого процесу [5].

Впровадження нових технологій Industry 4.0 надає переваги промисловим підприємствам, дозволяючи залишатися конкурентоспроможними на ринку: більш повно задовольняти потреби замовника, підвищувати продуктивність підприємства і, звичайно, покращувати його фінансовий результат. У підприємств з'являється більше можливостей завдяки тому, що сьогодні, завдяки використанню різноманітних автоматизованих та інформаційних технологій [10, 11], простіше експериментувати з продукцією, легше вводити нові елементи, швидше тестувати прототипи, а кінцевий продукт стає все більш проробленим і ефективним.

Також, в концепції Industry 4.0 визначено автоматизацію абсолютно всіх процесів та етапів виробництва, і відповідно і розробку нових динамічних АСУ: від цифрового проектування виробу та створення його віртуальної копії – до віддаленого налаштування необхідного обладнання на підприємстві у відповідності до заданих технічних вимог для випуску партії даного конкретного продукту. Виробник автоматично замовляє необхідні компоненти в потрібній кількості, контролює їхню поставку, має можливість відслідковувати шлях готового продукту від складу заводу та магазину до кінцевого клієнта. До основних технологій, що лежать в основі Industry 4.0 належать [3]:

- Big Data (великі дані);
- Internet of Things – IoT (інтернет речей);
- Cyber-physical system (кіберфізичні системи);
- Product Lifecycle Management – PLM (управління життєвим циклом продукції);
- Smart Factory – (розумні заводи), серед яких виділяють три основних види [3]:
- Digital (цифрові) – основне завдання розробка моделей, що випускаються з використанням засобів

цифрового проектування і моделювання. Основними системами та технологіями є: система автоматизованого проектування (CAD/CAM/CAE); - система управління даними про виріб (PDM); прикладне програмне забезпечення для управління життєвим циклом продукції (PLM); верстати з ЧПК, 3D-принтери і інші технології;

- Smart (розумні) – націлені на серійний випуск виробів, але при збереженні максимальної гнучкості виробництва. Забезпечується це завдяки високому рівню автоматизації і роботизації підприємства, використання АСУ технологічними та виробничими процесами, а технології IoT забезпечують міжмашинну взаємодію обладнання;

- Virtual (віртуальні) – мережа цифрових і розумних заводів, в яку включені також постачальники матеріалів, компонентів і послуг. Для управління глобальними ланцюгами постачання й розподіленими виробничими активами на такий заводах використовується ряд АСУ підприємством. Основними системами та технологіями є: планування ресурсів підприємства(ERP); система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM); управління ланцюжками постачання (SCM).

Отже, з огляду на все вищенаведене можна зробити висновок посилення ролі гнучких та адаптивних АСУ як на конкретному підприємстві, так і в межах концепції Industry 4.0. Основна ідея моделі щодо автоматизації виробничої та управлінської діяльності промислового підприємства детально описана у передній частині роботи автора [13], та може бути представлена у вигляді оператора  $G$ , який перетворює інформацію про заданий технологічний процес, яка була отримана перед здійсненням акту управління (I0), в інформацію про цей же самий технологічний процес, але яка має місце вже після здійснення акту управління (I1). Дане перетворення можна описати наступною формулою:

$$I_0 = G \cdot I_1, \quad (1)$$

З огляду на дослідження, проведені у [12, 14] для здійснення автоматизації будь-якої діяльності необхідно та достатньо наявності тільки таких операторів  $g_k^i$ , які можуть бути запрограмовані лише однією компонентою інформації, яка  $\in I_0$ , і діяльність яких виражається також у зміні лише однієї компоненти інформації, яка  $\in I_1$ . У функціональному вигляді такий оператор  $g_k^i$ , що описує управління на одному певному ієрархічному рівні в заданій системі може бути записаний у вигляді так званої «чорної скрині» [13]. Здатність такої точної системи, яка інтегрує індивідуальну характеристику процесу, призведе до підвищення продуктивності та ефективності, а також кращої якості кінцевої продукції [9]. Ефективна система моніторингу процесів суворо необхідна для виявлення фактичних виробничих умов та для збору даних для

подальшого аналізу великих даних [5].

Основними елементами сучасних АСУ є системи, які забезпечують зворотній зв'язок. Цей зв'язок представлений структурною схемою на рис. 2.

На рис. 2 показником  $X_{вх}(p)$  позначається вхідний інформаційний сигнал,  $X_{вих}(p)$  – вихідний сигнал,  $G(p)$  – зображення Лапласа для математичної моделі функціонування об'єкту, що управляється, а  $Z(p)$  – зображення Лапласа для управляючого інформаційного сигналу [1].

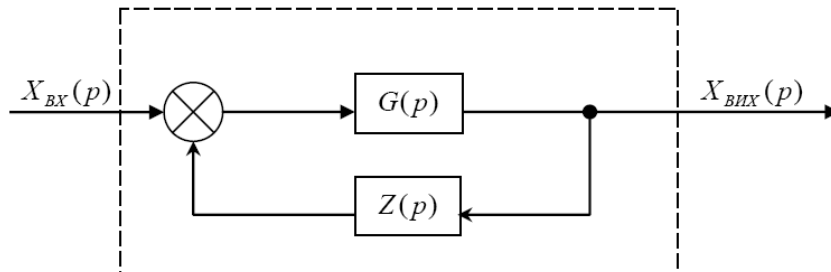


Рис. 2. Структурна схема моделі паралельного зворотного зв'язку в АСУ

В загальному випадку формування автоматизованої системи управління, яка орієнтована на сучасну концепцію Industry 4.0 може виконуватися за таким алгоритмом:

1. Формується інформаційний простір задачі з управління заданим технологічним процесом за методами, що описані в [12-14] з використанням відкритого коду шифрування та технології блокчейн [15]. Запропоновані технології, по-перше, є найбільш захищеними, так як система криптографічного захисту побудована на відкритому кодуванні, і є найбільш захищеною з точки зору взлому, що дає змогу здійснювати за необхідністю дистанційне керування чи верифікацію розробленої АСУ не лише через внутрішню систему Intranet, але й через всевітню мережу Internet. По-друге, використання даних технологій надає АСУ мобільності та можливість бути швидко адаптованою до мінливих умов як ринку, так і завдань підприємства. Але слід відмітити і недоліки використання даних технологій, такі як те, що на сьогодні поки не існує єдиних протоколів та стандартів використання технології блокчейн на міжнародному рівні. Також слід зауважити, що автоматизація зовнішніх процесів взаємодії підприємства за допомогою розподілених реєстрів технології можлива тільки для тих підприємств, які вже є діджиталізованими та інтегрувалися в ті умови, які диктує концепція Industry 4.0 або знаходяться в активному процесі інтеграції, оскільки якщо немає цифрових процесів, то і у використанні блокчейн сенсу не має.

2. Процес управління технологічним процесом розбивається на окремі етапи (операції), в рамках яких має місце зміна однієї із компонент інформації. Це означає, що такий етап може бути описаний одним і

тільки одним інформаційним оператором  $g_k^i$ . Слід зауважити, що інтеграція управління інформацією в якості інформаційних операторів в часи Індустрії 4.0 необхідна для використання переваг складного аналізу даних, який буде відігравати вирішальну роль в управлінні виробництвом і сильно впливатиме на ефективність всього виробничого процесу, а також на саму структуру АСУ. Зазвичай такий аналіз базується на спеціальних ІТ-інтерфейсах, що з'єднують інформаційні системи компанії, що дозволяє здійснювати швидкий автоматизований обмін даними про виконані замовлення, виготовлені деталі, вимоги до якості, дані про доставку тощо [16].

3. У випадку, коли в управління технологічним процесом необхідне втручання людини, застосовуються методи та технології, що детально описано в [12-14]. Це може мати місце, наприклад, у випадку, коли необхідно здійснити вибір із декількох різних варіантів, коли необхідно використати неформалізовану інформацію (яка, відповідно, відсутня в інформаційному просторі задачі), коли необхідно врахувати інформацію щодо інших об'єктів тощо. У більшості виробничих середовищ людські працівники виконують функції операторів верстатів, однак вони не є тісно інтегрованими з інформаційним потоком компанії [6]. У них немає он-лайн інформації, яка б підтримувала виробничий процес від складної обробки даних, саме тому в даному алгоритмі, і відповідно в моделі, пропонується розглядати людину, як спеціальним чином визначений оператор, який діє на інформаційному просторі задачі [13]. Підкреслимо, що управлінська діяльність людини описується певною підмножиною операторів  $g_k^i$ .

4. В результаті об'єднання в єдину структуру АСУ оператори  $g_k^i$ , які описують автоматичні та автоматизовані етапи (операції) з управління виробничим процесом, отримуємо певний граф, у вузлах якого знаходяться компоненти інформаційного простору задачі, а дуги якого є операторами  $g_k^i$ , і який може бути швидко адаптований до нових задач підприємства чи мінливого конкурентного середовища, а також легко інтегрований в нове інформаційне середовище, яке продукує концепція Industry 4.0.

**Висновки.** Отже, в статті було розглянуто переваги та недоліки використання АСУ на підприємствах промисловості та доведено необхідність удосконалення алгоритму формування будь-яких АСУ в умовах, які диктує Industry 4.0. Також, в роботі було розроблено основні підходи до синтезу сучасних АСУ для промислових підприємств в рамках концепції Industry 4.0, заснованих на моделюванні елементарних актів управлінської діяльності, що необхідні для формування ефективних автоматизованих систем прийняття рішень та управління з урахуванням швидких змін зовнішнього світу підприємства. В основі запропонованого алгоритму лежить модель створення АСУ з використанням математичного апарату, який дозволяє одночасно описати як технічну, так і людську складові.

### Література

1. Світлий Д. О. Вплив впровадження автоматизованих систем управління на ефективність промислового виробництва / Д. О. Світлий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnykznu.org/issues/2018/2018-econ-3/10.pdf>.
2. Dorf R. C. Modern Control Systems / R. C. Dorf, R. H. Bishop. – New York : Prentice Hall, 2010. – 1104 p.
3. Щедрина О. І. Основні технології «Індустрії 4.0» / О. І. Щедрина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ktpconf.kpi.ua/rt/printerFriendly/19505/0>.
4. Oborski P. Integration of machine operators with shop floor control system for Industry 4.0 / P. Oborski // Management and Production Engineering Review. – 2018. – 9(4). – p. 48–55.
5. Oborski P. Developments in integration of advanced monitoring systems/ P. Oborski // The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. – 2014. – № 75. – p. 1613–1632.
6. Кавтиш О. П. Автоматизація управління персоналом як фактор підвищення продуктивності праці [Електронний ресурс] / О. П. Кавтиш, О. В. Максимішина // Підприємство та інновації. – 2015. – Вип. 1. – Режим доступу: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/26/12>.
7. Lisenko D. Current issues in automated accounting system [Online] / D. Lisenko. – URL: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2010/Economics/64254.doc.html](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64254.doc.html).
8. Filos E. Factories of the Future & Next ICT Calls [Online]/ E. Filos // Information Society and Medics. – URL: [http://ec.europa.eu/research/industrial\\_technologies/lists/factories-of-the-future\\_en.html](http://ec.europa.eu/research/industrial_technologies/lists/factories-of-the-future_en.html).
9. Szulewski P. Diagnostics systems communication methods with machine tools control / P. Szulewski // IM Inżynieria Maszyn. – 2013. – P.74–83.
10. АСУ-Аналитика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://asu-analitika.ru/instrumenti>
11. IT-Enterprise [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.it.ua/erp-system-it-enterprise>
12. Шиян А. А. Теоретико-ігровий аналіз раціональної поведінки людини та прийняття рішень в управлінні соціально-економічними системами / А. А. Шиян. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 404 с.
13. Шиян А. А. Модель створення автоматизованих систем управління технологічним процесом з використанням математичних операторів у інформаційному просторі / А. А. Шиян, Ю. Є. Яремчук, Л. О. Нікіфорова, В. Х. Касяненко // Вимірювальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. – 2015. – № 1. – С. 236–239.
14. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind [Online] / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – Vol. 4, Iss. 24. – URL: <http://ssrn.com/abstract=1952651>.
15. Практический блокчейн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.osp.ru/os/2018/01/13054746/>
16. Mourtzis D. Internet based collaboration in the manufacturing supply chain / D. Mourtzis // CIRP Journal of Manufacturing Science and Technology. – 2011. – № 4. – P. 296–304.

### References

1. Svitlyi D. O. Vplyv vprovadzhennya avtomatizovanyh system upravlinnya na efektyvnist promyslovogo vyrobnyctva / D. O. Svitlyi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://visnykznu.org/issues/2018/2018-econ-3/10.pdf>.
2. Dorf R. C. Modern Control Systems / R. C. Dorf, R. H. Bishop. – New York : Prentice Hall, 2010. – 1104 p.
3. Shchedrina O. I. Osnovni tehnologiji «Industriji 4.0» / O. I. Shchedrina [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ktpconf.kpi.ua/rt/printerFriendly/19505/0>.
4. Oborski P. Integration of machine operators with shop floor control system for Industry 4.0 / P. Oborski // Management and Production Engineering Review. – 2018. – 9(4). – p. 48–55.
5. Oborski P. Developments in integration of advanced monitoring systems/ P. Oborski // The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. – 2014. – № 75. – p. 1613–1632.
6. Kavtysh O. P. Avtomatyzatsiya upravlinnya personalom yak factor pidvyshchennya produktyvnosti pratsi [Elektronnyi resurs] / O. P. Kavtysh, O. V. Maksymishyna // Pidpryemstvo ta innovatsiyi. – 2015. – Vyp. 1. – Rezhym dostupu: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/26/12>.
7. Lisenko D. Current issues in automated accounting system [Online] / D. Lisenko. – URL: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2010/Economics/64254.doc.html](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64254.doc.html).
8. Filos E. Factories of the Future & Next ICT Calls [Online]/ E. Filos // Information Society and Medics. – URL: [http://ec.europa.eu/research/industrial\\_technologies/lists/factories-of-the-future\\_en.html](http://ec.europa.eu/research/industrial_technologies/lists/factories-of-the-future_en.html).
9. Szulewski P. Diagnostics systems communication methods with machine tools control / P. Szulewski // IM Inżynieria Maszyn. – 2013. – P.74–83.
10. ASU-Analitika [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: <http://asu-analitika.ru/instrumenti>
11. IT-Enterprise [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.it.ua/erp-system-it-enterprise>
12. Shiyani A. A. Teoretyko-igrovyi analiz ratsionalnoyi povedinky lyudyna ta pryjnyattya rishen v upravlinni sotsialno-ekonomichnyh systemamy / A. A. Shiyani. – Vinnytsya : Universum-Vinnytsya, 2009. – 404 s.
13. Shiyani A. A. Model stvorennya avtomatyzovanyh system upravlinnya tehnologichnym procesom z vykorystannyam matematychnyh operatoriv u informatsynomu prostori / A. A. Shiyani, Yu. Ye. Yaremshuk, L. O. Nikiforova, V. Ch. Kasiyanenko // Vymiryuvalna ta obchyslyuvalna tehnika v tehnologichnyh procesah. – 2015. – N 1. – С. 236–239.
14. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind [Online] / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – Vol. 4, Iss. 24. – URL: <http://ssrn.com/abstract=1952651>.
15. Prakticheskiy blokchein [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.osp.ru/os/2018/01/13054746/>
16. Mourtzis D. Internet based collaboration in the manufacturing supply chain / D. Mourtzis // CIRP Journal of Manufacturing Science and Technology. – 2011. – N 4. – P. 296–304.

УДК 004.9(658)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-263-265

ЛИСАК В. М.

Хмельницький національний університет

## СУКУПНІ ВИТРАТИ НА СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА РЕЗЕРВИ ЕКОНОМІЇ

*У статті розглянуто аналіз концепцій оцінки ефективності ІТ в автоматизованих системах управління машинобудівними підприємствами (АСУП). Обґрунтовано вибір показника оцінки сукупної вартості володіння як ключового елементу для оцінки її ефективності з точки зору раціонального залучення фінансових ресурсів. Виявлено та проаналізовано фактори, які впливають на зміну показника сукупної вартості володіння АСУП.*

*Ключові слова: сукупна вартість володіння, ефективність АСУП, машинобудівне підприємство*

LYSAK V.

Khmelnitskyi National University

## GENERAL EXPENSES FOR CREATION OF ERP AT THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISES: FACTORS OF INFLUENCE AND RESERVES OF SAVING

*In the context of deepening globalization and European integration processes, Ukrainian machine-building enterprises are actively searching tools and mechanisms to ensure their own competitiveness. One of such mechanisms is the introduction of a modern enterprise management system, which should improve the economic and production processes, improve enterprise management at all its levels. However, machine-building enterprises are faced with difficulties in assessing the effectiveness of the selected ones for the implementation of the ERP, given the variety of risks and the limited financial resources.*

*The article deals with the analysis of concepts of IT efficiency evaluation in ERP at machine-building enterprises. Proposed the TCO-indicator as the key element for the estimation of the efficiency of the ERP in terms of rational attraction of financial resources. Identified and analyzed the factors that influence the change in the total cost of the ERP ownership.*

*Keywords: total cost of ownership, ERP effectivity, machine-building enterprise*

**Постановка проблеми.** За сучасних умов реформування національної економіки, поглиблення глобалізаційних та євроінтеграційних процесів, вітчизняні машинобудівні підприємства проводять активні пошуки інструментів і механізмів забезпечення власної конкурентоспроможності. Одним із таких механізмів є запровадження сучасної автоматизованої системи управління підприємством (АСУП), яка має удосконалити господарські та виробничі процеси, покращити управління підприємством на всіх його рівнях. Проте, машинобудівні підприємства стикаються з труднощами оцінки ефективності обраних для впровадження АСУП, зважаючи на різноманітні ризики та за умов обмеженості фінансових ресурсів.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблематиці дослідження ефективності АСУП приділяли увагу у своїх працях такі вітчизняні науковці, як: Н. М. Васильків [2], М. В. Верескун [3], В. Т. Параконний [6], Д. С. Терехов [4], Н. М. Тюріна [6] та ін. Відомими дослідниками аспектів розробки і функціонування автоматизованих інформаційних систем також є: В. М. Гужва, Н. З. Смелянова, І. І. Попов, О. М. Сазонець, В. В. Трофімов, В. В. Алджанов [1]. Віддаючи належне значному науковому доробку учених варто зазначити, що за умов трансформації вітчизняної економіки питання забезпечення конкурентних переваг підприємства за допомогою сучасних ефективних АСУП потребують подальшого дослідження.

**Метою дослідження** є аналіз факторів впливу на сукупну вартість володіння автоматизованою системою управління машинобудівним підприємством.

**Основний матеріал дослідження.** На теперішній час для оцінки економічного ефекту від впровадження АСУП використовують показники ефективності, які дозволяють оцінити переваги використання її інформаційних технологій (ІТ). Як показує аналіз літературних джерел [1, 2, 3, 5] показники ефективності розраховуються за різноманітними концепціями та моделями, і в загальному вигляді їх можна поділити на три види: традиційні, якісні та ймовірнісні. Серед найпоширеніших можна виділити наступні: сукупна вартість володіння (Total Cost of Ownership, TCO), реальна вартість володіння (Real Cost of Ownership, RCO), найменша вартість володіння (Lowest Cost of Ownership, LCO), сукупна вартість володіння додатками (Total Cost of Application Ownership, TCA), загальна вигода від володіння (Total Benefit of Ownership, TBO), аналіз зисків і витрат (Cost-Benefit Analysis, CBA), збалансована система показників (Balanced Scorecard, BSC) тощо.

На основі порівняльного аналізу концепцій оцінки ефективності ІТ, зважаючи на зарубіжний досвід і специфіку підприємств вітчизняної машинобудівної галузі, на нашу думку, СВВ ІТ є одним з важливих критеріїв при виборі АСУП, оскільки надає її економічну обґрунтованість. Проте при прийнятті рішення необхідно враховувати багато якісних і кількісних технологічних, управлінських, кадрових і фінансових аспектів, а тому не завжди найменша СВВ йде на користь проекту. Ключовим моментом при такій оцінці є порівняння розрахованого показника з ТСО інших підприємств аналогічного профілю. Оскільки, досить важко оцінити прямий економічний ефект від впровадження ІТ, то порівняння показників ТСО дає можливість довести, що проект має економічні показники не гірші, аніж в середньому по галузі.

На сьогодні багато виробників програмного та технічного забезпечення цілеспрямовано проводять дослідження та вживають заходів, спрямованих на зниження СВВ ІТ. Великі компанії завбачливо пропонують клієнтам

провести розрахунок таких показників. Наприклад, виробник однієї із найпоширеніших СУБД MySQL компанія Oracle на сайті цього продукту (<http://www.mysql.com/tcosavings>) пропонує розрахувати на 3 роки «вигоду» використання власної розробки у порівнянні з конкурентами.

На сайті основоположника даної методики, компанії Gartner Group [4] вказано, що на їхню думку ТСО включає «... витрати на придбання обладнання та програмного забезпечення, управління та підтримку, забезпечення комунікацій, кінцевих користувачів та простої, навчання та інші втрати продуктивності праці».

Основна мета підрахунку вартості володіння, окрім виявлення надлишкових статей витрат – це оцінка можливості повернення вкладених у АСУП коштів. Дані, отримані в результаті розрахунків, використовують для аналізу її привабливості як об'єкта інвестицій. Окрім того, розповсюджується спеціалізоване ПЗ для реалізації розрахунків за такою методикою, наприклад: ROI and TCO Calculator (Gartner, 7 500 дол. США), HP TCO calculators (HP, онлайн-версії, безкоштовні), AWS TCO Calculator (Amazon, онлайн-версія, безкоштовно) тощо.

В таких моделях зазвичай використовується поділ ІТ-витрат за двома методами: перший – на прямі (планові) і непрямі (позапланові), та другий – капітальні і поточні вкладення.

Для використання першого методу за методикою Gartner Group [4], прямі витрати (передбачені бюджетним плануванням – витрати на заробітну плату, придбання технічних та програмних засобів, управління мережею тощо) можливо визначити на основі аналізу фінансової звітності. Що ж до визначення непрямих витрат на ІТ, то їх порахувати складно і часто взагалі неможливо.

На нашу думку, до прямих слід віднести витрати на: технічні та програмні засоби (купівля, оренда, модернізація тощо), адміністрування (системне, мережеве, баз даних тощо), підтримку АСУП (технічна підтримка і сервісне обслуговування, навчання персоналу та надання консультацій, відрядження тощо), розробку (проекування та створення додатків, ведення документації, проведення тестування та відлагодження, здійснення супроводу, адаптація до вимог користувачів), аутсорсинг (винаймання сторонніх фахівців для здійснення доробки та/або переналаштування певних модулів системи), телекомунікаційні послуги (канали зв'язку та їх обслуговування, доступ до серверів та сховищ даних), інформаційні ресурси (збір та закупівля даних, замовлення досліджень, витрати за користування інформаційними ресурсами), створення і підтримку інформаційної безпеки (замовлення аудиту безпеки, виготовлення електронних підписів і сертифікатів, забезпечення функціонування електронних довірчих послуг тощо).

Непрямі витрати неможливо запланувати, а їх аналіз [2, 3, 6] показує, що вони можуть досягати 53 % середніх витрат підприємств на ІТ (рис. 1) і до них переважно відносять: витрати, пов'язані з кінцевими користувачами (підтримка, неформальне навчання, помилки та прорахунки); простої АСУП (втрати через порушення технології управління бізнес-процесами, втрати продуктивності через псування обладнання чи несправності каналів зв'язку, профілактичні планові зупинки роботи тощо).



Рис. 1. Витрати на використання ІТ в АСУП

За другим методом, згідно Gartner Group [4] враховуються капітальні витрати (на етапі побудови АСУП) та поточні (на етапі функціонування АСУП) (рис. 2). До капітальних витрат пропонується відносити: вартість розробки та впровадження проекту, витрати на залучення зовнішніх консультантів, витрати на початкові закупівлі основного та додаткового ПЗ, витрати на технічні засоби. Поточними витратами вважають: вартість оновлення та модернізації АСУП, витрати на управління системою, витрати з причин активності користувачів. Звіти аналітичних компаній свідчать, що загальні поточні витрати можуть сягати 70–75%, а основні фактори, які впливають на кінцеву вартість володіння АСУП, у більшій мірі зумовлені проблемами кінцевих користувачів [4].

Як бачимо, показник ТСО дозволяє використовувати критерій достатності розмірів витрат на ІТ, який зазвичай застосовують для порівняння власних витрат з середніми в галузі щоб обґрунтувати ІТ-видатки. Наприклад, на зарубіжних підприємствах це або частка від загального обігу коштів (0,9–3,4 %) [4, 6], або витрати на одного працівника (1600–3900 дол. США). В Україні такі показники суттєво нижчі (0,7–1,5 % та 300–1200 дол. США) [2, 3] та дуже відрізняються за галузями.



<p style="text-align: center;"><b>Капітальні витрати</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Придбання основного ПЗ</li> <li>• Придбання додаткового ПЗ</li> <li>• Забезпечення технічними засобами</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Витрати з причин дій користувача</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Пряма допомога користувачам</li> <li>• Формальне навчання</li> <li>• Неформальне навчання</li> <li>• «Фактор марної втрати часу» (використання техніки не для виконання службових обов'язків)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Витрати на управління системою</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Навчання адміністративного персоналу та кінцевих користувачів</li> <li>• Заробітна плата</li> <li>• залучення зовнішніх консультантів</li> <li>• Аутсорсинг</li> <li>• Навчальні курси та сертифікація</li> <li>• Встановлення та оновлення ПЗ</li> <li>• Адміністрування ПЗ, СУБД, мережі</li> <li>• Підтримка інформаційної безпеки</li> <li>• Тестування ПЗ</li> <li>• Перенесення та трансформація даних</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Витрати на розробку та підтримку</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробка додатків</li> <li>• Планове обслуговування</li> <li>• Консультації по роботі ПЗ</li> <li>• Додаткові налаштування</li> <li>• Ведення документації</li> </ul>

Рис. 2. Побудова квадрантів за видами витрат на ІТ згідно методики Gartner Group [4]

Основним недоліком цієї методики є те, що за її допомогою неможливо порівнювати різні варіанти побудови систем. Також, варто зазначити, що при спробі зменшити прямі витрати багато підприємств просто скорочують бюджетні видатки на ІТ, не підозрюючи, що результатом стане зростання непрямих витрат (наприклад, користувачі витрачатимуть більше часу на вирішення проблем).

Зважаючи на вищевикладене, на нашу думку, до факторів, що впливають на збільшення показника ТСО можна віднести такі: дії кінцевого користувача, неправильні налаштування апаратних засобів, надання переваги певним автоматизованим робочим місцям (АРМ), збільшення кількості мобільних користувачів, ризик помилкового інвестування в ІТ та спричинені виробниками обладнання і ПЗ, низький захист АСУП тощо.

В свою чергу, на зменшення показника ТСО впливають: наявність гнучких АРМ, якісне ПЗ для інвентаризації, наявність автоматичної діагностики зловмисного ПЗ на серверах та робочих місцях, наявність централізованої служби допомоги з базою знань для вирішення можливих проблем, застосування засобів мережевого управління системою, наявність системи діагностики помилок для виявлення та попередження незапланованих простоїв, система розмежування прав користувачів для надання доступу лише до необхідних для виконання функціональних обов'язків ПЗ та функцій, наявність системи резервування критично важливих даних, стандартизовані технічні та програмні засоби АРМ, регулярне дослідження витратних складових вартості володіння та скорочення терміну повернення інвестицій, регулярне навчання користувачів та адміністраторів ефективним методам роботи з АСУП та програмними застосунками, наявність мотивації ІТ-персоналу для надання високого рівня обслуговування користувачам системи.

**Висновки.** На підставі вищевикладеного можна зазначити, що ТСО є ключовим показником в обґрунтуванні витрат на існуючі або майбутні ІТ-проекти, а також підґрунтям для доведення їх ефективності. Виділені нами фактори впливу на показник сукупної вартості володіння АСУП мають на меті допомогти керівникам у прийнятті вірних управлінських рішень в процесі реалізації проектів із впровадження автоматизованих систем управління машинобудівним підприємством.

### Література

1. Алджанов В. ІТ-архитектура от А до Я: Теоретические основы / В. Алджанов [Електронне видання]. – Ridero, 2018. – 396 с.
2. Васильків Н. М. Ефективність інформаційних систем / Н. М. Васильків. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 98 с.
3. Верескун М. В. Методи оцінки ефективності впровадження інформаційних систем на промислових підприємствах / М. В. Верескун // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – Вип. 1(11). – С. 21–26.
4. Офіційна веб-сторінка компанії Gartner Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gartner.com>.
5. Терехов Д. С. Оцінка ефективності використання інформаційних систем та технологій в управлінні підприємством / Д. С. Терехов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 6, т. 3. – С. 223–227.
6. Тюріна Н.М. Оцінка вартості та ефективності використання інформаційних систем управління на промислових підприємствах / Н. М. Тюріна, В. Т. Параконний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3174](http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3174).

### References

1. Aldzhanov V. IT-arkhitektura ot A do Ya: Teoretycheskiye osnovy / V. Aldzhanov [Elektronne vydannia]. – Ridero, 2018. – 396 s.
2. Vasylykiv N. M. Efektyvnist informatsiinykh system / N. M. Vasylykiv. – Ternopil: Ekonomichna dumka, 2005. – 98 s.
3. Vereskun M. V. Metody otsinky efektyvnosti vprovadzhennia informatsiinykh system na promyslovykh pidpriemstvakh / M. V. Vereskun // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. – 2015. – Vyp. 1(11). – S. 21–26.
4. Ofitsiina veb-storinka kompanii Gartner Group [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.gartner.com>
5. Terekhov D. S. Otsinka efektyvnosti vykorystannia informatsiinykh system ta tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvom / D. S. Terekhov // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. – 2010. – № 6, t. 3. – S. 223–227.
6. Tiurina N.M. Otsinka vartosti ta efektyvnosti vykorystannia informatsiinykh system upravlinnia na promyslovykh pidpriemstvakh / N. M. Tiurina, V. T. Parakonnyi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: [elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3174](http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3174).

Рецензія/Peer review : 17.10.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-266-269

НАГАЄЦЬ І. Ю.

Запорізький національний університет

ВОРОНКОВ В.В.

Запорізький національний технічний університет

## ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Визначено фактори, що впливають на обсяг продажу і доходи від маркетингової діяльності підприємств. Відтворюючи основні маркетингові поняття і терміни, ми встановили, що оцінювати ефективність маркетингу необхідно з наступних причин. По-перше, маркетинг акумулює всю інформацію від споживачів, а значить, на основі його результатів можна будувати стратегію: як підприємству далі розвивати ту чи іншу товарну лінію; яких товарів слід виробляти більше, а які зняти з виробництва і чому; в який час доби той чи інший товар продається краще; як необхідно удосконалити існуючі товари, які чинники впливають на прийняття рішення про покупку. По-друге, маркетинг систематизує весь збутовий ланцюжок поширення товару, а значить, можна робити висновки щодо оптимізації збутового процесу: які точки продажів зручніше для споживача і чому; як змінити упаковку товару; як стимулювати дилерів та агентів продавати більше; який встановити графік безперебійної поставки товару у власні і дилерські торгові точки. По-третє, маркетинг всебічно аналізує ринкову ситуацію, а отже, створює базу для підтримки конкурентних переваг: яку встановити ціну на товар з урахуванням ринкових цін на аналогічні товари; хто з виробників випускає товари кращої якості і більш дешеві за ціною; яку рекламу використовують конкуренти; чий товар з конкуруючих підприємств користується найбільшим попитом у споживача. Встановлено, що маркетингова і рекламна діяльність підприємств вимагають грошових вкладень, і часом чималих зусиль. Доведено, що результати оцінки ефективності маркетингових та рекламних заходів дозволяють з'ясувати, яким чином вжиті заходи впливають на можливість досягнення поставлених цілей і в якій мірі.*

*Ключові слова.* Оцінка, ефективність, маркетингові заходи, показники, ефект, критерії, результативність, етап, методи, реклама, ринок.

NAGAYETS I.

Zaporizhia National University

VORONKOV V

Zaporizhia National Technical University

## USE OF METHODS OF ESTIMATION OF MARKETING EFFICIENCY AS INSTRUMENT OF MANAGEMENT ENTERPRISE

*Factors which influence on the volume of sale and profits from marketing activity of enterprises are certain. Recreating basic marketing concepts and terms, we set that estimating marketing efficiency is necessary on next reasons. Firstly, marketing accumulates all information from consumers, and, on the basis of his results it is possible to build strategy: as to the enterprise farther to develop a that or other commodity line; what commodities it follows to produce anymore, and which to take off from a production and why; in what daypart a that or other commodity is for sale better; as necessary to perfect existent commodities, what factors influence on a decision-making about a purchase. Secondly, marketing systematizes all sale chainlet of distribution of commodity, and, it is possible to draw conclusion in relation to optimization of sale process : what points of sales more comfortable for a consumer and why; how to change packing of commodity; how to stimulate dealers and agents to sell anymore; what to set chart of trouble-free delivery of commodity in own and dealer trade points. Thirdly, marketing analyses a market situation comprehensively, and thus, creates a base for support of competitive edges : which to set price on a commodity taking into account market prices on analogical commodities; who of producers produces the commodities of the best quality and more cheap at price; what advertisement is used by competitors; whose commodity from competitive enterprises has most demand for a consumer. It is set that marketing and advertising activity of enterprise require money investments, and sometimes large enough efforts. It is well-proven that the results of estimation of efficiency of marketing and advertising measures allow to find out, how taken measures influence on possibility of achievement of the put aims and in what measure.*

*Keywords.* Estimation, efficiency, marketing measures, indexes, effect, criteria, effectiveness, stage, methods, advertisement, market.

**Постановка проблеми.** Оцінка ефективності маркетингових та рекламних заходів може проводитися на різних етапах: попередньому (етап розробки самих заходів), проміжному (етап часткової реалізації) та підсумковому (по закінченні заходу). І на кожному етапі мета виміру ефективності різна, відповідно і методи, які застосовуються для оцінки ефективності, різні. Попередній моніторинг маркетингу і реклами проводиться щоб уникнути виходу неефективної реклами. Планування рекламної кампанії передувє сегментація ринку – визначення топ цільової аудиторії, на яку повинне бути спрямоване рекламне вплив. При цьому необхідно виділити канали доступу саме до цієї цільової аудиторії. Необхідно, по-перше, виділити цільову аудиторію, а по-друге, визначити канали доступу до неї з точки зору отримання інформації саме про ваш товар. Важливо оцінити ефективність запланованих каналів просування. Для цього застосовуються якісні маркетингові дослідження. Проміжний моніторинг має на меті порівняння ефекту від реалізованих заходів із запланованим. Для проміжної оцінки можуть застосовуватися як якісні, так і кількісні маркетингові дослідження. Підсумкова оцінка проводиться із застосуванням сукупності кількісних

і якісних маркетингових досліджень. Її цілі: підсумувати результати в цілому по заходу; порівняти планові і фактичні показники; визначити шляхи вдосконалення в майбутньому; знайти способи оптимізації маркетингового бюджету. Тому цілі маркетингових і рекламних заходів мають бути обов'язково зафіксовані на папері.

Показники ефективності для кожного конкретного маркетингового заходу можуть бути різними, але основні завжди присутні: підвищення популярності торгової марки, збільшення ринкової частки компанії, зростання обсягів продажу, збільшення прибутку, розширення збутової мережі. Маркетологи, які мають досвід роботи здатні інтуїтивно визначити на скільки є ефективним даний захід. Але для винесення остаточної обґрунтованої оцінки необхідно мати точну інформацію як про те, що відбувалося під час проведення заходів з просування, так і про дії конкурентів; оцінити, як повелися б покупці і конкуренти, якби захід не відбулося. Тому виділити ефект безпосередньо від рекламної кампанії буває часто складно, але можливо.

Результати. Під ефективністю реклами розуміють здатність впливати на цільову аудиторію таким чином, як це задано виробником товарів або послуг. Ефективність рекламних засобів характеризується числом охоплених споживачів, яскравістю і глибиною вражень, які ці заходи залишають у пам'яті людини, ступенем залучення уваги. Ефективність реклами залежить від ряду взаємопов'язаних чинників, які також треба враховувати при проведенні оцінки: вплив попередньої рекламної кампанії; інертність споживачів (пасивна поведінка); повторні закупівлі; сезонні коливання; загальноекономічні зміни (інфляція, зростання МРОТ). Існує розподіл ефективності реклами на економічну і комунікативну (в різній літературі з маркетингу цю складову називають «психологічною», або «інформаційною»). Економічна ефективність реклами визначається співвідношенням між результатом, отриманим від реклами, і вкладеними коштами на її реалізацію за певний проміжок часу. Вона визначається рентабельністю за формулою:

$$P = \Pi / B \times 100\%, \quad (1)$$

де P – рентабельність рекламування товару;

Π – прибуток, отриманий від рекламування товару,

B – витрати на рекламу даного товару.

Критерієм економічної ефективності реклами є обсяг продажу. Його і потрібно фіксувати, аналізувати, порівнюючи з дореklamним періодом, і оцінювати [1, с. 193].

З урахуванням визначення рентабельності робляться висновки про внесок реклами в динаміку обсягу продажу продукції підприємства. Психологічна ефективність дозволяє визначити ступінь впливу реклами на людину. Ефективна реклама привертає увагу, викликає інтерес, переконує споживача у необхідності купити товар і підштовхує до покупки. Тобто психологічна складова реклами впливає на свідомість і поведінку споживача. З цієї точки зору ефект реклами можна вважати досягнутим, якщо їй вдалося привернути увагу потенційного споживача, загострити потребу, виявити інтерес, створити сприятливий образ товару, викликати позитивні емоції, вселити довіру, впровадити в пам'ять комерційні аргументи, створити стійкі асоціації [2, с. 152].

Оцінку комунікативної ефективності доцільно проводити на етапі розробки реклами, до її масштабного втілення: це і асоціативні тести, і тести на наочність, і анкети, і багато іншого. Найголовніше, щоб реклама дійшла до цільового споживача і відклалася в його свідомості.

Критеріями оцінки психологічної ефективності реклами є: охоплення аудиторії, запам'ятовуваність і розуміння рекламного повідомлення, оцінка реклами.

Охоплення аудиторії – кількість людей, що бачили, чули або читали рекламне повідомлення за певний період часу. Наприклад, якщо телевізійна реклама товару тривала два місяці по двох каналах, то охоплення аудиторії – це кількість глядачів, які побачили рекламний відеоролик хоча б один раз по одному з каналів протягом цього періоду. Охоплення безпосередньо залежить від обраних каналів розміщення реклами. Тому правильний вибір каналу розповсюдження рекламної інформації є одним з етапів розробки ефективної рекламної кампанії [3, с. 63].

Другий критерій – запам'ятовуваність. Навіть якщо потенційні споживачі неодноразово переглянули або прочитали рекламу, це зовсім не означає, що вони її запам'ятали. Буває, що споживачі, переглянувши або прослухавши рекламу, не можуть пригадати жодної деталі. Крім того, значна частина аудиторії плує рекламу конкуруючих марок, яка має подібний сюжет, слоган або форму виконання. Причина в тому, що запам'ятовуваність реклами залежить не тільки від якості виконання й частоти пред'явлення, але також від психологічних характеристик кожного окремо взятого споживача. Тому критерій запам'ятовуваності реклами дуже важливий для оцінки її ефективності.

Розрізняють три рівні згадування рекламного повідомлення:

1) спонтанне згадування відбувається, якщо при згадці товару респондент відразу згадує його рекламу;

2) згадування з підказкою відбувається, коли реклама згадується респондентом тільки після того, як була вимовлена або показала рекламована марка;

3) згадування з переказом змісту відбувається, коли реклама згадується респондентом тільки після переказу сюжету відеоролика, зображення газетного модуля або банера.

Сума трьох показників становить підсумкове кількість осіб, які так чи інакше згадали рекламне повідомлення. Природно, чим більше спонтанних згадувань, тим ефективніше була реклама. Наприклад, за результатами досліджень на запам'ятовуваність реклами побудована гістограма (рис. 1).

Наступний критерій – розуміння характеризує, як було розшифровано аудиторією зміст повідомлення; як була зрозуміла загальна тема повідомлення, його суть. Оцінка комунікативної ефективності реклами показує загальне ставлення аудиторії, дозволяє виявити найбільш і найменш вдалі елементи змісту, форми і канали розповсюдження [4, с. 88].

Оцінка економічної ефективності маркетингових заходів найчастіше проводиться шляхом порівняння обсягів продажів і порівняння отриманих доходів до і після маркетингових заходів. Проте слід мати на увазі, що цей спосіб не можна вважати повністю достовірним, так як на обсяг продажу і доходи від маркетингової діяльності могли вплинути і інші ринкові фактори: зміна цін у конкурентів, поява товарів-аналогів і замінників, відкриття або закриття підприємств-конкурентів, активізація або «затишшя» конкурентної реклами, загальні економічні зміни в регіоні, інфляційні процеси, сезонність. Основними даними при аналізі економічної ефективності результатів маркетингових заходів служать статистичні та бухгалтерські дані про зміну обсягів продажу та доходів. Корисно порівняти дані і наступного після рекламування періоду. Це дасть можливість більш точно оцінити результати просування. Якщо умовно знехтувати інфляцією та економічною нестабільністю, можна провести порівняння обсягів продажів товару з аналогічним періодом минулого року. Таке порівняння, перш за все, може показати купівельну поведінку [5, с. 361].



Рис. 1 Визначення ефективності реклами на основі її запам'ятовуваності, од.  
Джерело : [побудовано автором]

Навіть з якоюсь часткою похибки цей спосіб є простим і дозволяє зробити висновки про економічну ефективність маркетингової діяльності в той чи інший період. В процесі аналізу доцільно дослідити динаміку обсягу реалізації продукції до і після проведення маркетингових заходів.

Висновки. Показники ефективності маркетингових комунікацій – це критерії, за допомогою яких підприємства дають кількісну оцінку, порівнюють і інтерпретують підсумки своєї маркетингової діяльності.

Показники ефективності маркетингу можуть бути внутрішніми, тобто відноситися до внутрішнього середовища підприємства, і зовнішніми, тобто відноситися до зовнішнього середовища підприємства. У свою чергу, внутрішні і зовнішні показники діляться на поточні – показники, що безперервно міняються, безперервний моніторинг яких потрібний і дуже часто здійснюється за допомогою маркетингової інформаційної системи, і кінцеві показники, які використовуються в якості маркетингових цілей підприємства і оцінюються, як правило, за підсумками кварталу, півріччя, року.

#### Література

1. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / В.М. Щербань. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 224 с.
2. Старостіна А.О. Маркетинг / А.О. Старостіна, О.В. Зозульов. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с.
3. Штельма Н. Маркетингові комунікації XXI століття / Н. Штельма // Галицький економічний вісник. – 2010. – №1(26). – С. 61-65. – (Серія : проблеми мікро- та макроекономіки України)

- 
4. Социально-экономический потенциал устойчивого развития : учеб. / Под ред. проф. Л.Г. Мельника (Украина) и проф. Л. Хенса (Бельгия). – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с.
  5. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко – К. : Лібра, 2007. – 720 с.

#### References

1. Shcherban V.M. Marketynhovy menedzhment : navch. posib. / V.M. Shcherban. – К. : Tsentr navchalnoi literatury, 2006. – 224 s.
2. Starostina A.O. Marketynh / A.O. Starostina, O.V. Zozulov. – К.: Znannia-Pres, 2003. – 326 s.
3. Shtelma N. Marketynhovi komunikatsii KhKhI stolittia / N. Shtelma // Halytskyi ekonomichnyi visnyk. – 2010. – №1(26). – S. 61-65. – (Seriiia : problemy mikro- ta makroekonomiky Ukrainy)
4. Sotsyalno-ekonomycheskyi potentsyal ustoichyvoho razvytyia : ucheb. / Pod red. prof. L.H. Melnyka (Ukrayna) y prof. L. Khensa (Belhyia). – Sумы : YTD «Unyversytetskaia knyha», 2007. – 1120 s.
5. Harkavenko S.S. Marketynh : pidruch. / S.S. Harkavenko – К. : Libra, 2007. – 720 s.

Рецензія/Peer review : 12.10.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 351:338.432

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-270-274

ПІНЧУК А.О.

Чернігівського національного технологічного університету

## ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

*У статті досліджено теоретико-методологічні підходи до формування державної політики інноваційного розвитку аграрного сектору в Україні та її організаційно-економічного забезпечення. Визначена важлива роль держави у функціонуванні аграрного ринку та підтримці його інноваційно-інфраструктурної складової. Ідентифіковані інституційні умови, які необхідно враховувати при реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору: кон'юнктура світового ринку аграрної продукції та продовольства; рівень внутрідержавного споживання та ціни на готовий продукт; інфраструктурно-обслуговуюча складова та її функціональні можливості й стан; регіональні особливості аграрного виробництва та сільських формувань; інноваційно-інвестиційна складова розвитку аграрного виробництва на селі та ін. Запропоновані організаційно-економічні детермінанти державної політики забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору в Україні. Обґрунтована необхідність та напрями удосконалення механізму реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору.*

*Ключові слова: аграрний сектор, інноваційний розвиток, державна політика, організаційно-економічне забезпечення, аграрний ринок, механізм.*

PINCHUK A.

Chernihiv National Technological University

## STATE POLICY OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR IN UKRAINE

*The article deals with theoretical and methodological approaches to the formation of the state policy of innovative development of the agrarian sector in Ukraine and its organizational and economic provision. The role of the state in functioning of the agrarian market and support of its innovation and infrastructure component are determined. Identified institutional conditions that need to be taken into account when implementing the state policy of organizational and economic provision of innovative development of the agrarian sector: the state of the world market of agrarian products and foodstuffs; the level of domestic consumption and the price of the finished product; Infrastructure-servicing component and its functional capabilities and status; regional peculiarities of agrarian production and rural formations; innovative-investment component of the development of agrarian production in the countryside, etc. Organizational and economic determinants of the state policy of providing innovative development of the agrarian sector in Ukraine are proposed. The necessity and directions of improvement of the mechanism of realization of the state policy of organizational and economic provision of innovative development of the agrarian sector are substantiated.*

*Keywords: agrarian sector, innovation development, state policy, organizational and economic provision, agrarian market, mechanism.*

**Постановка проблеми.** В Україні на сучасному етапі розвитку, коли загальний каркас інституційних трансформацій в аграрному секторі, щодо реалізації державної політики розвитку аграрного ринку практично завершений, набуло актуальності питання підвищення ефективності, стабілізації механізмів організаційно-економічного забезпечення. Ефективне функціонування вітчизняного аграрного сектору безпосередньо залежить від державної політики організаційно-економічного забезпечення його інноваційного розвитку та його компонент. Удосконалення функціональної організації, раціоналізація та оптимізація видової структури, запровадження соціально відповідального виробництва, конкурентоспроможність на світових ринках та можливість протистояти викликам глобалізованого суспільства перебуває у безпосередній залежності від обґрунтування, розробки та реалізації державної стратегії організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у розробку науково-методологічних положень та практичних аспектів щодо функціонування державної політики інноваційного розвитку аграрного сектору зробили такі вчені: В. Андрійчук, Л. Березіна, Н. Бондарчук, О. Дяченко, Ю. Лузан, І. Лукінов, М. Малік, Г. Мостовий, В. Юрчишин та інші. Низка питань, пов'язаних з дослідженням проблем організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору представлена у роботах таких учених, як: І. Балабанов, Р. Бойко, Н. Бутенко, К. Ілляшенко, П. Микитюк, Т. Мостенська, В. Полуянов, О. Шпикуляк та інші відомі учені.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на широке висвітлення особливостей реалізації державної політики інноваційного розвитку аграрного сектору у вітчизняній та світовій літературі, вивчення теоретико-методологічного, методичного і практичного характеру організаційно-економічного забезпечення з точки зору державного управління перебуває на початковій стадії й потребує подальшого дослідження та розв'язання.

**Метою статті** є розгляд методологічних підходів до визначення напрямів удосконалення державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору в сучасних глобалізаційних умовах.

**Вклад основного матеріалу.** Господарська реформа для вітчизняного аграрного сектору означає трансформацію відносин власності, становлення ринкових форм виробництва, запровадження конкурентних методів оцінки результатів праці тощо. На особливу увагу заслуговують сільськогосподарські підприємства, які визнані ринком такими, що дозволяють зреалізувати інтереси різних груп учасників, залежно від позицій в ієрархічних рівнях й статусних конструкціях відношень до власності.

Результатом державної політики забезпечення розвитку аграрного сектору є формування різнопланових за інституційно-правовими ознаками формувань (товариства, приватні підприємства, фермерські господарства, тощо). Вітчизняна агроекономічна наука дає різноаспектну оцінку стану й ефектам організаційно-структурних змін в системі галузевої господарської структури, однак ми хочемо показати його у ролі механізму реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору [1].

Результатом функціонування сучасного механізму державної політики забезпечення розвитку аграрного сектору та його підсистем є: перехід від адміністративно-командної системи розвитку виробничих формувань, до ринкової – на базі колгоспів і радгоспів були створені підприємницькі структури різних організаційно-правових форм; зміна суспільно-економічного устрою; радикальне переформатування системи регулювання господарських відносин; закріплення нової системи виробничих відносин з визнанням рівноправності усіх форм власності і господарювання; активізація приватної ініціативи [2].

Звертаючи увагу на сукупність різних механізмів державної політики у рамках інтегрованої системи організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору, ми припускаємо, що сам по собі процес всеосяжний, і у рамках відповідного, конкретного механізму складно знайти достатній теоретико-методологічний і практичний інструментарій для його ефективної реалізації. Тим паче, сукупність завдань такого дослідження доцільно згрупувати до формування саме організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору.

Державна політика забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору у контексті розбудови дієвої системи його управління, повинно здійснюватися в напрямі забезпечення стратегічної стабільності. Загальний кінцевий результат функціонування суб'єктів аграрного сектору, орієнтований на перспективу, передбачає стабільність національної продовольчої безпеки та стабільне утримання конкурентних позицій на глобальному ринку. Аграрний сектор при цьому розглядається як функціональна підсистема аграрного ринку, пов'язана зі створенням аграрних благ [3-4].

Конструкція визначеного механізму формування та реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку зорієнтована на необхідність включення сукупності особливостей аграрного сектору, а саме: недоформованість інститутів ринку, транзитивність ринкового середовища їх нестабільність; нерозвиненість соціальної інфраструктури; відсутність реального захисту прав власності на майно, та результати виробничої діяльності; суттєва важливість аграрного сектору для життєзабезпечення суспільства; відсутність у суб'єктів аграрного сектору необхідних можливостей впливати на відповідні умови й процес виробництва; суттєва залежність від природних умов, що формують природне інституційне середовище в господарюванні (природні особливості на певній території); ресурси аграрного сектору представлені відповідними мікроорганізмами, тваринами, рослинами; короткостроковість зберігання виробленої продукції і обмеженість терміну виробничих процесів; складність в соціальній структурі виробництва; тривалість у відновленні та обмеженість у просторі такого виробничого ресурсу як землі [5].

Саме тому інноваційний розвиток аграрного сектору як об'єкт державної політики, особлива система щодо формування відповідного механізму у контексті дотримання обов'язковості врахування вище представлених особливостей, що спонукатиме до досягнення необхідного рівня розвитку. Одним із першочергових завдань щодо врегулювання стратегічного організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору є оптимально-ефективне використання головного ресурсу – землі. Законодавчо і організаційно-функціонально слід сформулювати такі умови, за яких земля як основний засіб виробництва й предмет праці буде використовуватися економічно, якісно, з збереженням та відновленням в рамках об'єктивних умов екологічних систем. Тобто, важливим складником державної політики у даному випадку виступає юридичне закріплення норм, традицій і способів стимулювання збалансованого використання суб'єктами аграрного сектору природних ресурсів (зокрема землі). Державна політика організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору вбачається нами як складна система з сукупністю складників (рис. 1).

Серед головних умов формування та реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення аграрного сектору, які необхідно обов'язково врахувати, наступні: кон'юнктура світового ринку аграрної продукції та продовольства; рівень внутрідержавного споживання та ціни на готовий продукт; інфраструктурно-обслуговуюча складова та її функціональні можливості й стан; регіональні особливості аграрного виробництва та сільських формувань; інноваційно-інвестиційна складова розвитку виробництва на селі [6].

Головною складовою при формуванні механізму реалізації державної політики інноваційного розвитку аграрного сектору є конкурентна сталість, тобто можливість результатів виробництва утримувати високі ринкові позиції. Відомо, що досягнення стабільності інноваційного розвитку аграрного сектору не є можливим без системного усунення проблем, які перешкоджають розширеному відтворенню, стабілізації обсягів виробництва продукції, упровадження принципів і технологій екологізації аграрного виробництва.

Головне завдання сучасної державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору полягає у формуванні сприятливих інституційних умов у контексті реалізації заходів сприяння розширеному відтворенню, стабілізації обсягу виробництва відповідно до потреб ринку. Механізм реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору як складна система повинен включити в себе також підсистему, яка б здійснювала моніторинг та аналіз інформації, що дозволить забезпечити прийняття конструктивних управлінських рішень. Інформаційна складова має вирішальне значення, адже сьогодні необхідна об'єктивна оцінка наявності й динаміки зміни кількісно-якісних характеристик факторів функціонування і розвитку виробництва продукції суб'єктами аграрного сектору; засад та результативних характеристик використання виробничого потенціалу; прогнозування і передбачення умов зовнішнього природного середовища та ринку.

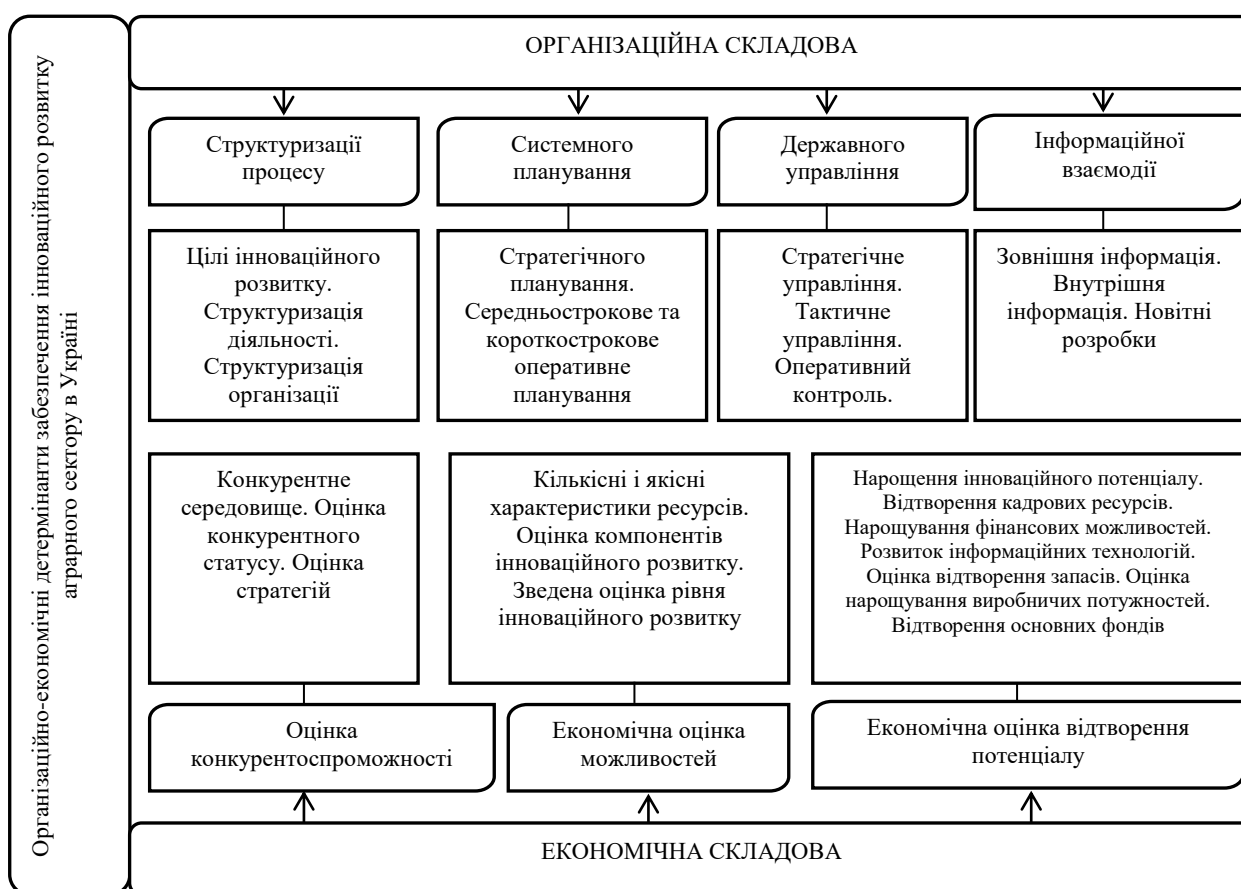


Рис. 1. Організаційно-економічні детермінанти державної політики забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору в Україні

\*Джерело: розроблено автором

Механізм реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору як системи, а також конкретних аграрних підприємств як суб'єктних виробничих формувань, забезпечить координацію господарських взаємодій у певному, сформованому державою і ринком інституційному середовищі, ефективне функціонування галузей та виробництв, задоволення потреб сільського соціуму, мінімізацію ризиків.

В механізмі реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору на засадах стабільності і стратегічності, інноваційна складова, а саме – формування ефективних інститутів сприяння інноваційності агробізнесних структур, набуває вирішального значення. Суть і концепція вирішення питання полягає в тому, що інноваційність – це головна вимога ринку, дотримання якої дає підстави сподіватися на перспективну конкурентоспроможність, а також на досягнення відповідних стандартів сталості й продовольчої безпеки. Саме тому, для створення дієвого механізму реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного



сектору, держава повинна реально оцінювати перспективні можливості суб'єктів аграрного виробництва з урахуванням їх інноваційної спроможності, а також потенціалу задоволення продовольчої безпеки. Складові механізми реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору мають бути науково-обґрунтованими і у своїй сукупності функцій сприяти вирішенню різносторонніх проблем на мікро-, мезо- і макrorівні. До таких цілей запропоновано віднести: досягнення фінансово-економічної стійкості, достойного рівня конкурентоспроможності галузей і виробництв, а також продукції аграрного виробництва; формування й ефективне використання передового, адаптованого до вітчизняних реалій науково-технічного потенціалу аграрного виробництва; підвищення соціальних стандартів життя населення; інституційне збалансування міжгалузевого обміну для забезпечення передумов інноваційного відтворення в аграрному секторі; формування ефективних, доступних для усіх виробників інститутів ринкової інфраструктури; підтримка доходів споживачів продовольства для формування високоефективного внутрішнього аграрного ринку; формування прозорого механізму цінового регулювання ринків продукції аграрного виробництва; створення дієвого фінансово-економічного механізму стимулювання розвитку аграрного сектору; розвиток мережі інститутів, зокрема кооперативних, які сприятимуть забезпеченню доступу дрібних товаровиробників до експортних каналів збуту продукції; підтримка заходів зі створення і впровадження на практиці вітчизняних наукових розробок; розбудова механізмів саморегулювання, самофінансування і самокупності суб'єктів ринкового обміну; стимулювання розробки й впровадження технологій аграрного виробництва, які забезпечать оптимізацію витрат і високий рівень конкурентоспроможності; удосконалення системи зайнятості на селі за рахунок створення умов для розвитку малого аграрного підприємництва; впровадження у практику господарювання адаптивних систем удосконалення діяльності суб'єктів аграрного виробництва [2;7].

Виконання наведених завдань, як передумов створення функціонального, адаптованого до вітчизняних реалій механізму реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору, складає інституційну основу запровадження передового досвіду регулювання в галузі. Адже прогресивні моделі становлення найбільш конкурентоспроможних саморегульованих інституціональних формувань, передбачають обов'язковість виконання поставлених стратегічних завдань та стабільність результатів.

Концептуалізація та шляхи дотримання заходів, необхідних для реалізації напрямів формування механізму реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору, спрямовані на досягнення стабільності, високого рівня продовольчої безпеки, ефективності й конкурентоспроможності аграрного сектору, а також створення організованого ринку.

**Висновки.** Ефективне функціонування вітчизняного аграрного сектору безпосередньо залежить від дієвої державної політики забезпечення його розвитку. Обґрунтований інтегрований механізм реалізації державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору, який функціонує за допомогою сукупності спеціальних механізмів, які охоплюють і регламентують усі процеси, що відбуваються в аграрному секторі та відповідні детермінанти. У свою чергу державна політика організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору є елементом складнішого порядку сформована на основі сучасних досягнень науково-технічного прогресу, культурних та духовних традицій тощо. Удосконалення державної політики організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору повинно орієнтуватись на: підвищення рівня його конкурентоспроможності; обмеження ринкової влади крупних корпоративних структур (агрохолдингів); формування сільського розвитку на основі громад; активізації державної підтримки інноваційних ініціатив у малому й середньому аграрному бізнесі; дотримання національно-адаптованих інституцій, які враховують вітчизняні традиції.

### Література

1. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В.В. Зянько. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. 397 с.
2. Щуревич Л.М. Інноваційні перспективи в розвитку сільського господарства у контексті діджиталізації. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №10. С. 101-105.
3. Дергачев В.А. Новые формы международной экономической регионализации. *Економічні інновації*. 2014. Вип. 57. С. 111-126
4. Гриник І.В. Проблеми і перспективи наукового забезпечення трансферу інновацій в АПК. *Методичні підходи створення інновацій та трансферу об'єктів інтелектуальної власності у агровиробництво* / під ред. В.П.Ситника, В.В.Кириченка. Х., 2008. С. 16-20.
5. Лайко П.А. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу. *Економіка АПК*. 2007. №12. С.85-91.
6. Shestakovska T., Durglishvili N., Kushnir S. Competitiveness of the agrarian business in the context of maintenance of leadership positions on the market. In: Strielkowski, W. (ed.). *Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2018. ol. 217, pp177-184. doi:10.2991/icseal-18.2018.26
7. Прахалад К.К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами. К.: Вид-во Олексія Капусти (підрозділ «Агенція «Старт»), 2005. 258 с.

### References

1. Zianko V.V. (2008). *Innovatsiine pidpriemnytstvo: sutnist, mekhanizmy i formy rozvytku* [Innovative entrepreneurship: the essence, mechanisms and forms of development] Vinnytsia: UNIVERSUM-Vinnytsia, 397 p. [in Ukrainian].
2. Shchuravych L.M. (2018). *Innovatsiini perspektyvy v rozvytku ahrarnoho sektoru v Ukraini*. [Innovative perspectives in the development of the agrarian sector in Ukraine] *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience]. 10, p.101-105. [in Ukrainian].

3. Derhachev V.A. (2014). Novye formy mezhdunarodnoj jekonomicheskoy regionalizacii. [New forms of international economic regionalization] Ekonomichni innovatsii [Economic innovation]. 57, p. 111-126 [in Ukrainian].
4. Hrynyk I.V. (2008). Problemy i perspektyvy naukovoho zabezpechennia transferu innovatsii v APK. [Problems and prospects of scientific support for the transfer of innovations in the agroindustrial complex] Metodychni pidkhody stvorennia innovatsii ta transferu obektiv intelektualnoi vlasnosti u ahrovyrobnytstvo p.16-20. [in Ukrainian].
5. Laiko P.A. (2007). Udoskonalennia innovatsiinoi diialnosti v APK – vymohy chasu. [Improvement of innovative activity in agroindustrial complex] Ekonomika APK [Economy of agroindustrial complex] 12, p. 85-91. [in Ukrainian].
6. Shestakovska T., Durglishvili N., Kushnir S. (2018). Competitiveness of the agrarian business in the context of maintenance of leadership positions on the market. In: Strielkowski, W. (ed.). Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018), Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 217, p.177-184. [in Switzerland].
7. Prakhalad K.K. (2005). Maibutnie konkurentsii. Tvorennia unikalnoi tsinnosti spilno z kliientamy. [Future of competition. Creating a unique value with customers]. K.: Vyd-vo Oleksiia Kapusty (pidrozdil «Ahentsiia «Start»), 258 p. [in Ukrainian].

Рецензія/Peer review : 11.10.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 640.2

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-275-278

АНТОШКОВА Н. А.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ «СЕРВІС» ТА «ОБСЛУГОВУВАННЯ» У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

*Стрімкий та активний розвиток «економіки вражень» в Україні зумовив рестораторів шукати нові методи та інструменти формування конкурентноздатності підприємств ресторанного господарства. На перший план виходить забезпечення клієнтоорієнтованості існуючого підприємства, що всі зусилля спрямовує на задоволення потреб та запитів своїх клієнтів.*

*З метою формування лояльності споживачів як унікальної конкурентної переваги підприємства ресторанного господарства, особлива увага приділяється таким поняттям як сервіс та обслуговування у ресторанному бізнесі. Проте, розглядаючи наукову літературу та практичну діяльність, спостерігаються різні погляди на ці терміни. Одні науковці їх розмежовують, а інші – повністю утотожують. У ресторанному бізнесі це ускладнює діяльність з формування єдиної системи стандартизації процесу реалізації ресторанного продукту, де однією зі складових виступає сервіс. Також на даний час відсутні чітка система індикаторів якості процесу ресторанного обслуговування з позиції клієнтоорієнтованості. У роботі проаналізовано закономірності між сервісною та виробничою сферами з позиції обслуговування та сервісу. Проведено аналіз наукових підходів до визначення термінів «сервіс» та «обслуговування». Під час дослідження було встановлено тотожність між ресторанним сервісом та ресторанним обслуговуванням на основі аналізу сутності та складових цих понять, доведено що вони є одноплановими. Як результатом дослідження було сформовано авторське бачення поняття ресторанний сервіс (ресторанне обслуговування) та подальші перспективи дослідження його складових.*

*Ключові слова: сервіс, обслуговування, ресторанне господарство, споживач, клієнтоорієнтованість, ресторанний сервіс.*

ANTOSHKOVA N.

Khmelnitskyi cooperative trade and economic institute

## APPROACHES TO CONCEPTS “SERVICE” AND “MAINTENANCE” DEFINITION IN RESTAURANT BUSINESS

*The rapid and active development of the "impression economy" in Ukraine has led restaurateurs to seek new methods and tools for shaping the competitiveness of restaurant businesses. The focus is on ensuring the customer orientation of the existing enterprise, which puts all its efforts into meeting the needs and requests of its customers.*

*In order to build customer loyalty, special attention is paid to concepts such as service and service in the restaurant business. However, considering scientific literature and practice, there are different views on these terms. Some scientists distinguish them, while others completely specify. In the restaurant business, it complicates the activity of forming a single standardization system for the selling process of restaurant product, where one of the components is service. There is also currently no clear system of the quality indicators of the restaurant service (maintenance) process from the customer orientation point of view. The regularities between the service and production spheres from the point of service and maintenance view of are analyzed in the work. The scientific approaches to the definition of terms "service" and "maintenance" are analyzed. The study anteed the identity between restaurant service and restaurant service based on an analysis of the essence and the components of these concepts, and proved that they are one-sided. This statement is based on a thorough examination of the five key components: efficiency, satisfaction, presentation, empathy and response that are inherent in both service and maintenance. As a result of the research, the author's vision of the restaurant service concept as an activity that accompanies the production, sale and consumption of restaurant products, is provided free of charge and is one of the functions of marketing in the enterprise which generates consumer loyalty and ensures its connection with the establishment.*

*Keywords: service, maintenance, restaurant, consumer, customer orientation, restaurant service.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Активний розвиток сфери обслуговування, зокрема ресторанного господарства, як домінуючого сектора національної економіки, зумовлює активізацію наукових досліджень у цій галузі. Багато уваги приділяється вивченню сутності таких основних понять у ресторанному бізнесі як «сервіс» та «обслуговування». Проте у науковців, вчених, практиків досить різні погляди на ці терміни. Одні вважають їх синонімами, інші доводять їх розмежованість та різноплановість. Але для створення системи сервісу та нормативної бази стандартів, що досить актуально сьогодні у ресторанній сфері, виникає потреба у чіткому визначенні поняття «ресторанний сервіс» та «ресторанне обслуговування», їх співвідношенні та тотожності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Так, проблемі наукового визначення понять «сервіс», «обсугування» та «сервісне управління» в управлінні ресторанним бізнесом присвятили свої публікації такі відомі зарубіжні автори як: О. Матушевська [1], Д.Шоул [2], І. Манн [3]. Вченими Л. Гораль, В. Шийко та М. Бакай [4] було детально досліджено та обґрунтовано саме процесний розвиток понять «обслуговування» та «сервіс», а історичні етапи та термінологічні підходи до визначення категорії «сервіс» у контексті економічного і соціально-економічного знання детально висвітлила в своїх працях Н. Ведмідь[5].

Однак досі немає чітких висновків щодо можливості взаємозамінності понять «сервіс» та «обслуговування» саме в умовах клієнтоорієнтованого середовища підприємств ресторанного господарства,

що вимагає більш ширшого дослідження та ґрунтового аналізу.

**Формування цілей статті.** Мета дослідження полягає в порівнянні сутності змісту понять «обслуговування» та «сервіс», та розкривається у наступних завданнях:

- виявлення закономірності між сферою діяльності (виробнича, сервісна) та співвідношенням між поняттями «сервіс» і «обслуговування»;
- порівняння підходів до визначення понять «сервіс» та «обслуговування» у наукових джерелах;
- з'ясування сутності понять «ресторанний сервіс» та «ресторанне обслуговування»;
- порівняння складових понять «сервіс» та «обслуговування» у працях дослідників;
- формулювання авторського визначення поняття «ресторанний сервіс» та «ресторанне обслуговування».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вивчаючи результати досліджень у галузі ресторанного господарства дуже часто зустрічаємо схожі за змістом категорії, які науковці використовують як синоніми та здійснюють взаємозаміну. До таких понять відносяться «сервіс» та «обслуговування». Не кожен одразу зможе чітко назвати, в чому ж полягає різниця між ними, та в яких випадках доцільно використовувати одне, в яких – інше. Навіть науковці, праці яких стосуються вивчення сутності «сервісу» та «обслуговування» досі не можуть дійти до спільного висновку. І, на нашу думку, це правильно, адже, насамперед, усе залежить від сфери, в якій ці поняття використовуються. Так, наприклад, в фінансових установах, медицині, підприємствах сфери побутових послуг, виробничих підприємствах та інших поняття «сервіс» і «обслуговування» будуть мати різне наповнення, а ось, що стосується ресторанного бізнесу, розмежувати ці поняття практично неможливо.

Але деяким дослідникам виявити між ними відмінності все ж вдалося. Це ми бачимо в праці Л.Гораль, В.Шийко, М.Бакай, яку науковці присвятили евентології понять сервісу та обслуговування та зуміли повністю розмежувати їх [4]. Дослідники розглядають термін «сервіс» як надання послуг на комерційній основі, і який бажано застосовувати у разі обслуговування зовнішнього споживача або сторонньої організації, а поняття «обслуговування» варто розглядати як допоміжну систему у взаємозв'язку з виробничим процесом. Така ж позиція Н. Чухрай, яка наголошує на недоречності ототожнення обслуговування споживача із терміном «сервісна діяльність», оскільки сервіс ліпше ототожнювати з поняттям «технічного обслуговування» [6].

І ми погоджуємось, що для вищезгаданих підприємств це визначення цілком підходить, однак, зважаючи на особливості функціонування підприємств ресторанного господарства, де ресторанний продукт, є симбіозом кулінарної продукції, матеріально-технічної складової та сервісу, така відмінність між поняттями «ресторанне обслуговування» та «ресторанний сервіс» не прослідковується. Тому, ми вважаємо цілком обґрунтовано вважати їх дуже близькими, і навіть одноплановими.

Підтримку нашої думки знаходимо у працях Березняцького В.В., який стверджує, що вживаючи поняття «сервіс», слід розуміти транслітерацію англійського слова «service» (праця, робота, послуга, зв'язок, обслуговувати) та його значення повинно відповідати споконвічному – прислужувати людині [7]. Н.Ведмідь, яка розглядаючи сервіс з позицій реалізації товарів чи послуг, відмічає його допоміжну роль, як технічну підтримку основного продукту [5]. Як результат, сервіс виступає тотожним послуги чи обслуговування за визначенням Б.Анікіна, який вказує, що сервісне обслуговування є сукупністю функцій та видів діяльності всіх підсистем підприємства, що забезпечують зв'язок підприємства зі споживачем в аспекті кожного бізнес-процесу [8].

Багато науковців наголошують на тому, що сервіс знаходиться на кінцевому етапі реалізації продукції ресторанного господарства, тобто сервіс розглядається лише як складова функції організація споживання. Але в умовах клієнтоорієнтованого середовища підприємств ресторанного бізнесу сервіс передбачає всебічне задоволення потреб споживачів з позиції усіх функцій ресторанного господарства, тому вважаємо таку думку досить суперечливою.

Здійснюючи етимологічне дослідження категорії «сервіс», слід наголосити на різноплановості наукового визначення вчених (таблиця 1).

Враховуючи бачення багатьох вчених, можна стверджувати, що при реалізації ресторанного продукту першочергове значення має високоякісний сервіс, розвиток високої культури обслуговування, що зорієнтована на запити споживачів.

Такої ж думки притримується Дж. Шоул, найвідоміший консультант в області сервісної політики, який говорить, що сервіс – це те, що думає про нас споживач та виділяє такі складові високоякісного сервісу у ресторани:

- складське господарство;
- товарно-матеріальні запаси;
- персонал;
- відносини зі співробітниками;
- фінанси і бухгалтерський облік;
- реклама;
- зв'язки з громадськістю тощо, тобто абсолютно усе впливає на якість сервісу [2].

Для об'єктивності результатів нашого дослідження розглянемо які ж складові поняття «обслуговування» в ресторанному бізнесі виділяються вченими і чи співпадають вони зі складовими поняття «сервіс».

Таблиця 1.

## Характеристика економічної категорії «сервіс» у наукових джерелах

Автор	Визначення
Словник української мови [9]	Обслуговування населення, забезпечення його побутових потреб Сутність організації, обов'язком яких є обслуговування потреб населення і створення різноманітних зисків для нього.
Толкований словарь русского языка [10]	Сфера обслуговування населення; сукупність установ для задоволення потреб і надання послуг.
Шоул Дж. [2]	Це враження споживача, його думка.
Лук'янець Т.І. [11]	Сукупність функцій та видів діяльності, які забезпечують зв'язок «підприємство-споживач» і є необхідною складовою маркетингової політики.
Ведмідь Н.І [5]	Це діяльність, пов'язана з виробництвом послуги з метою продажу продукту, спрямована на задоволення потреб споживачів та налагоджування довготривалих взаємовідносин.
Коробкова С.Н Кравченко В.И. Павлова И.П. [12]	При визначенні сутності поняття «сервісу» необхідний розгляд трьох ключових: діяльності, потреби та послуги. Особливий вид діяльності, спрямований на задоволення потреб шляхом надання послуг як окремому споживачу, соціальній групі, так і організації загалом.
Гораль Л.Т. Шийко В.І. [4]	Надання послуг із забезпечення ефективної діяльності на комерційній основі для забезпечення іміджу.

Джерело: сформовано автором

Насамперед ватро наголосити, що у результаті пошуку наукових праць щодо виокремлення складових понять «обслуговування» ми знайшли лише одну статтю «Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин» Науменко М.О., Гура Т.В. і Ковширко В.С., до якої і будемо апелювати [13]. У вищезгаданій праці науковці виділяють п'ять основних складових понять «обслуговування»:

- ефективність – здатність якісно забезпечити вимоги споживача;
- задоволення – дотримання ввічливої поведінки з клієнтами та вміння створити атмосферу довіри, професіоналізму і надійності;
- презентація - належний вигляд підприємств, приміщень, обладнання, персоналу;
- емпатія – уважне ставлення до клієнтів;
- реакція – готовність оперативно допомогти [13].

Порівняння складових понять «сервіс» та «обслуговування» знову ж підтвердило правильність нашої позиції щодо тотожності даних категорій, головним завданням яких є задоволення потреб та запитів споживачів. Адже і в першому і в другому випадку складовими є усе, що відбувається на підприємствах ресторанного бізнесу, відмінність лише у формулюванні та черговості.

Проведене дослідження спонукало до формування авторського визначення категорії «ресторанне обслуговування або ресторанний сервіс», під яким ми розуміємо діяльність, що супроводжує виробництво, продаж і споживання ресторанної продукції, надається безкоштовно, є однією з функцій маркетингу на підприємстві, формує лояльність споживача та забезпечує зв'язок його із закладом.

**Висновки.** Таким чином, ми повністю виконали поставлені цілі та досягнули мети, яку сформулювали перед написанням статті. Але проведенне дослідження дозволило виявити проблеми, на які ми й не сподівалися: відсутність достатньої кількості досліджень щодо виокремлення складових таких важливих понять як «сервіс» та «обслуговування», що, на нашу думку, й призвело до протилежних поглядів науковців у дослідженнях подібності та відмінності між ними.

Звісно, виявлена проблема спонукала нас до проведення подальших досліджень у цьому напрямку з метою чіткого та аргументованого виокремлення складових для понять як «сервіс» та «обслуговування» на підприємствах ресторанного бізнесу.

## Література

1. Матушевская Е.Г. Сервис как фактор формирования потребительской лояльности на предприятиях общественного питания: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Матушевская Е.Г. – Москва, 2008. – 58-154 с.
2. Шоул Дж Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул, пер с англ - М Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 29.
3. Манн И. Клиентоориентированность: что делать, как делать, взять и сделать. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?id=1478>.
4. Гораль Л.Т. Евентология понять «обслуговування» та «сервіс»/ Л.Т.Гораль, В.І.Шийко, М.Л.Бакай // Економічний аналіз.- 2012. Т.23(2).- С.27-36.
5. Ведмідь Н. І. Термінологічні підходи до визначення категорії «сервіс» та його роль в економіці країн./ Н.Ведмідь// Економічний часопис-XXI.-2012. № 3–4. - С. 49–52.
6. Чухрай Н. Логістичне обслуговування: підручник // Львів: Національний університет «Львівська політехніка.- 2006.- С. 292 .
7. Березняцький, В. В. Щодо етимології та тлумачення термінів «сервіс», «автосервіс», «обслуговування» [Електронний ресурс] / В. В. Березняцький // Вісник Національного транспортного університету.-2010.-№21(2).-С.9-10

8. Логистика: учебник / Б. А. Аникин и др.; под ред. Б. А. Аникина//Москва.- 2000.- С. 352.
9. Словник української мови: в 11 томах .- Том 5, 1974.-С.581
10. Ожегов С. Толковый словарь русского языка. URL:<http://www.ozhegov.com/words/19725.shtml>.
11. Лук'янець, Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. / 2-ге вид., доп. і перероб.– К.: КНЕУ, 2003. – С. 52
12. Сервисная деятельность / С. Н. Коробкова, В. И. Кравченко, С. В. Орлов, И. П. Павлова подзаг. ред. В.К. Романович.- СПб.: Питер.-2005.-С.156
13. Науменко М.О., Гура Т.В., Ковширко В.С. /Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин //Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - №42. - С.319-322.

### References

1. Matushevskaya E.G. Service as a factor in the formation of consumer loyalty in catering: dis. Cand. econ. Sciences: 08.00.05 / Matushevskaya EG - Moscow, 2008. -- 58-154 pp. [in Russian].
2. Shoul J. First Class Service as a Competitive Advantage / John Shawl, English Translator - M Alpina Business Books, 2006. - P. 29
3. Mann, I. "Customer orientation: what to do, how to make, take and make". [Online], available at (2012).
4. Horal, L. Eventolohiia poniat «obsluhovuvannia» ta «servis» [The equology of the concepts of «service»]. Ekonomichniy analiz – Economic analysis, 2 (23). 2016, 27–36 pp.
5. Vedmid, N. I. Terminolohichni pidkhody do vyznachennia katehorii «servis» ta yoho rol v ekonomitsi krain [Terminological approaches to the definition of the category of «service» and its role in the economy of countries]. Ekonomichniy chasopys-XXI – Economic magazine, 3–4, 2013. 49–52 pp.
6. Chukhrai, N. Lohistychne obsluhovuvannia [Logistics service]: pidruchnyk. Lviv: Vud. NU «Lvivska politekhnik», 2016. 320-322 pp.
7. Berezniatskyi, V. V. Shchodo etymolohii ta tlumachennia terminiv «servis», «avtoservis», «obsluhovuvannia». Visnyk Natsionalnoho transportnoho universytetu. 21(2)/2010. 9-10 pp.
8. Anykyn, B. A. (Ed.) Lohistyka [Logistics]: uchebnyk [Logistics: a textbook]. Moscow: YNFRA-M, 2000.
9. Slovnyk ukrainskoi movy. 1974, T. 5- 581 pp.
10. Ozhegov, S. Tolkovy slovar russkogo iazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. URL: <http://www.ozhegov.com/words/19725.shtml>.
11. Lukianets, T. I. Marketynhova polityka komunikatsii. Kyiv: KNEU.,2003. 52 p.
12. Korobkova, S. N., Kravchenko, V. Y., Orlov, S. V., & Pavlova, Y. P. (2005). Servysnaia deiatelnost. SPb.: Puter, 2005/ 156 p.
13. Naumenko M.O., Hura T. V., Kovshyrko V.S. Improving the quality of services of the restaurant business in the system of market relation. /Bulletin of Economics of Transport and Industry, 2013/ 319-322 pp.

Рецензія/Peer review : 11.11.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 658.8 (477)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-279-283

ВАСИЛЬЧЕНКО Л. С.

Черкаський державний технологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

*В роботі розглянуто сутність ділової екосистеми та чинники, які вплинули на необхідність її становлення. Наведено особливості формування екосистеми маркетингових комунікацій компанії, послідовність дій щодо її розробки та переваги екосистемного підходу.*

*Ключові слова: маркетингові комунікації підприємства, екосистема, бізнес-екосистема; ділова екосистема.*

VASYLCHENKO L.

Cherkasy State Technological University

## FEATURES OF THE ENTERPRISE MARKETING COMMUNICATIONS ECOSYSTEM FORMATION

*The aim of the article is to study the concept of the enterprise business ecosystem and the peculiarities of creating the company marketing communications ecosystem, which allows the formation of a new quality of the environment perception as a connected network structure.*

*The essence of the business ecosystem and the factors that influenced the necessity for its formation are considered in the work. The peculiarities of the formation of the company marketing communications ecosystem, the sequence of actions for its development and the advantages of the ecosystem approach are given. It is noted that the marketing communications modern ecosystem provides presence of the following elements of traditional and digital communication channels: Outbound Marketing; search engine optimization; social network channels; context advertising, target advertising, mobile marketing, SMS-mailing, retargeting; CRM systems. The advantages of creating a digital platform that accumulates all the necessary technologies, providing a huge number of users with access to information, high-quality planning services, analytics and, most importantly, market access (customers, manufacturers, service organizations, etc.). Digital platform brings partners together in a network, it is a key element of the ecosystem and brings the advantages of quickly obtaining business results when launching new solutions, reducing the cost of IT infrastructure, improving operational efficiency and improving interoperability between departments (units) companies; increasing the speed of decision-making due to accelerated access to information; providing the perfect customer experience at every point of contact. It is proved that the more successful operation of the platform will contribute to greater involvement of both customers (visitors) and partners, increase its value, and hence the potential income of all network participants.*

*Key words: marketing communications of enterprise, ecosystem, business ecosystem.*

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі соціально-економічної трансформації економіки, глобалізації ринків і бізнесу, ринкове середовище диктує свої особливості щодо розвитку інституційного середовища суспільства, створюючи потребу у формуванні принципово нових концепцій і підходів до побудови діяльності компаній. Зростання числа споживачів, які залучені до купівельного процесу через використання інформаційних технологій й бездротових мереж, здійснення процесу купівлі-продажу в онлайн режимі, удосконалення інфраструктури, що забезпечує взаємодію суб'єктів ринку в онлайн просторі, дозволяє обґрунтувати тезу щодо необхідності подальшої трансформації розвитку компанії, в тому числі її маркетингової складової.

В зв'язку з кардинальними змінами споживчої поведінки як на B2C, так і на B2B ринках, зміною лінійного шляху клієнта, яку не можна пояснити старими моделями маркетингових комунікацій, виникає необхідність обґрунтування новітніх механізмів, які трансформуються під впливом цифровізації бізнес-процесів і створюють нову реальність щодо дій споживачів. В цій реальності, коли споживачі перестають бути тільки одержувачами повідомлень, а діють як активні їх відправники, впливові особи і учасники розмов між компанією (брендом), один з одним та іншими сторонніми третіми учасниками, спостерігається нівелювання традиційних відмінностей між відправником повідомлення і його одержувачем. І для таких взаємовідносин споживача з компанією вкрай важливим є омніканальність, яка дає можливість інтегрувати всі джерела надходження інформації і канали її поширення, а також ефективно управляти цими процесами.

Компаніям для побудови взаємодії з цільовими аудиторіями важливі не тільки новітні технологічні формати, але і єдина політика комунікацій - формулювання смислів, розподіл їх по різних каналах і отримання зворотного зв'язку від аудиторії. Тому слід розширити системний підхід до розуміння маркетингового комунікаційного середовища підприємства і розглядати його не тільки як складову бізнес-середовища підприємства, а як безперервну і самовідтворювальну екосистему комунікацій, яка є важливою для ефективного вирішення завдань бізнесу і вважається однією із дієвих моделей, що враховує тренди сучасного динамічного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблему дослідження моделей організації бізнесу на основі екосистем висвітлено в працях таких зарубіжних та вітчизняних науковців: Iansiti M., Levien R. [1],

Jacobides M. G., Cennamo C., Gawer A. [2], Moore J.F. [3], Зозульов О. [4] та ін. Проте, сучасні процеси глобалізації вимагають від науковців та практиків більш глибокого дослідження розвитку екосистем, що сприятиме розвитку вітчизняних компаній та дасть змогу вистояти у конкурентній боротьбі.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Сучасні умови розвитку інформаційних технологій, цифрова трансформація бізнесу та зміна моделей управління маркетинговими комунікаціями вимагають акцентування уваги на створенні партнерської екосистеми маркетингових комунікацій підприємства, що дозволяє допомогти клієнтові в реалізації його потреб за рахунок своїх і партнерських пропозицій. Але питанню функціонування та створення саме екосистеми маркетингових комунікацій приділено досить мало уваги як зі сторони вітчизняних так і зі сторони зарубіжних дослідників.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження поняття ділової екосистеми підприємства та особливостей створення екосистеми маркетингових комунікацій компанії, що буде сприяти формуванню сприйняття навколишнього середовища як пов'язаної мережевої структури та створювати кращі можливості для регулювання поведінки і спільної діяльності всіх учасників екосистеми.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до Британської енциклопедії, екосистема - це «комплекс живих організмів, їх фізичне середовище та їх взаємозв'язок в конкретній одиниці простору» [5]. Сьогодні «екосистеми» входять в число найбільш популярних об'єктів дослідницького інтересу, а теорія бізнес-екосистем стрімко розвивається і вимагає розробки нового інструментарію дослідження [2; 6].

Якщо розглядати загальноживаний термін «бізнес-екосистема» або «ділова екосистема», яку популяризував Джеймс Мур (Moore J.F.), то на його думку, у найширшому сенсі слова, вона може замінити поняття «галузі», яке вже застаріло, оскільки не відображає поточну ситуацію пов'язаності і взаємозалежності компаній, включених в мережу цінностей кількох ринкових лідерів [3]. Розширюючи системний підхід до стратегії розвитку компанії, Джеймс Мур доводить необхідність розглядати її не тільки з позиції учасника однієї галузі, а як частину ділової екосистеми, яка об'єднує різні галузі промисловості. На його думку, в діловій екосистемі компанії через співробітництво розвивають свої здібності і концентрують ресурси навколо створення інновацій, спільно працюючи і конкуруючи для підтримки нових продуктів, задоволення потреб клієнтів, і в кінцевому підсумку включаються в наступний раунд інноваційного циклу [7].

В доповіді «Бізнес-екосистеми досягають віку повноліття», яка була опублікована відомою транснаціональною компанією Deloitte Touche Tohmatsu Limited, обґрунтовано, «...що екосистеми – це динамічні спільноти різноманітних акторів, які розвиваються разом, створюють і захоплюють нову цінність завдяки більш досконалим моделям одночасного співробітництва та конкуренції» [8]

Поняття ділової екосистеми стає все більш затребуваним в бізнесі, який намагається вибудувати власну модель цивілізованого ринку, вводячи стандарти обслуговування клієнтів і контролюючи їх виконання партнерами. Ділова екосистема включає не тільки прямих партнерів по ланцюжку цінності, а й об'єднує будь-яких партнерів і компанії, які можуть вплинути на успіх бізнесу [1]. В ділову екосистему входять підприємства, що можуть створювати і пропонувати взаємопов'язані з базовим продуктом товари і послуги, які можуть бути запропоновані покупцям компанії. При цьому, покупці отримують доступ до більш якісної інфраструктури, яка забезпечує купівлю продукту чи надання послуги, а також взаємопов'язаних продуктів та послуг. Екосистема забезпечує приплив ідей і пропозицій від партнерів з розвитку споживчої цінності продукту, вдосконалення бізнес-процесів і механізмів функціонування всієї екосистеми. Підтримка такої ділової екосистеми, в основі якої знаходиться інформаційна платформа або ресурс дозволяє формувати, залучати і утримувати відвідувачів-клієнтів, що є важливим управлінським завданням компанії.

Таким чином, перехід до мислення екосистемами формує нову якість сприйняття навколишнього середовища як середовища, що створює кращі можливості для регулювання поведінки і співпраці всіх його учасників, прозорість їх діяльності, кращу інформованість про стан системи в кожен момент часу, а значить можливості для управління довгостроковою стійкістю (здоров'ям) всієї екосистеми, а не окремих її одиниць. Учасники екосистеми взаємодіють один з одним, і ефективність кожного з них, залежить від результатів їх діяльності в цілому. Тобто на акторів одночасно впливають їх власні здібності і їх взаємодія з іншими гравцями в екосистемі [9]. Компанії, які шукають нові можливості, крім уже існуючих в межах своєї сфери діяльності, тобто своєї екосистеми, охоплюють інші сфери діяльності. Автори Marikka Heikkilä та Leni Kuivaniemi відзначають, що ключовою відмінністю ділової екосистеми є те, що вона включає велику кількість учасників, не тільки ті компанії, які вже включені в ланцюжок або мережу цінності, але й ті, які не є учасниками мережі, але намагаються, використовуючи ресурси мережі, створювати нові продукти або технології [10]. Тобто ділова екосистема має гетерогенну структуру, в якій учасники виконують різні функції, що впливає на різні аспекти стабільності і продуктивності екосистеми.

Потреба в маркетинговій екосистемі продиктована необхідністю досягнення бізнес цілей компанії у цифровому середовищі. Вплив цифрової трансформації бізнес-процесів компанії спричинив появу сучасних моделей споживання продукту та нових комунікаційних смислів спілкування бренду з клієнтом, необхідністю адаптуватися до змін економічних реалій. Розвиток маркетингової екосистеми та маркетингових досліджень із заглибленням дозволяє компаніям швидше й точніше розуміти і досягати своїх цільових ринків, підвищувати рівень утримання і розвитку клієнтів, покращуючи комунікацію з ними інших партнерів, що входять до складу екосистеми.



Здатність досягнень сучасної науки і техніки збільшувати продуктивність людини заснована на розумінні систем і системних принципів, одним з яких є конвергенція. У 21 столітті конвергенція або взаємопроникнення спостерігається при побудові сучасних екосистем і є дотичною до створення маркетингових екосистем, утворюючи синергетичний ефект від взаємодії її елементів. Під дією процесів конвергенції в маркетингу сформувалась цифрова маркетингова екосистема, хоча її еволюція ускладнюється зближенням маркетингової екосистеми з інформаційно-комунікаційними технологіями (які є продуктом окремих, але тепер об'єднаних екосистем телекомунікацій та інформаційних технологій) і частиною екосистеми фінансових послуг (яка пов'язана з платежами). Кожна окремо взята екосистема розвивається і «заглиблюється» в тому сенсі, що їх вплив на життя споживачів стає все більш важливим. «Заглиблення» кожної екосистеми частково залежить від «заглиблення» інших екосистем, що сприяє формуванню «синергетичної екосистеми» або «суперекосистеми», в якій заглиблення в різних секторах і можливостях відбувається одночасно, надаючи можливість деяким з окремих екосистем використовувати потенціал інших екосистем. Таким чином відбувається багатосекторне заглиблення.

Якщо розглядати маркетингове заглиблення, то це, перш за все, стосується таких аспектів:

- перехід від особистого контакту (в сфері продажів і обслуговування) до дистанційного (прямого) маркетингу, спочатку через контакт-центри, а потім через цифровий зв'язок;
- зростання ролі маркетингу як стратегічного драйверу продаж компанії і її провайдера. Оскільки тільки маркетинг, що вивчає потреби споживачів, здатний точно їх передбачати, а також, використовуючи різноманітний спектр дослідницьких і комунікативних інструментів, залучати споживачів до процесу взаємодії для визначення параметрів персоналізованих продуктів і послуг;
- потреба у створенні оригінальних конкурентних переваг потребує від компаній високого рівня кваліфікації в маркетингу (наприклад, в сфері телекомунікацій, фінансових послуг, подорожей, логістики), що пов'язано з дифузійною знань, їх швидким поширенням і неможливістю утримання або управління цим процесом;
- еволюція маркетингових технологій і процесів (клієнтські бази даних, аналітика, цифрові технології), що дозволяє компанії створити екосистему корпоративних комунікацій з максимальним охопленням цільової аудиторії та можливістю отримати зворотній зв'язок.

Розглядаючи формування екосистеми маркетингових комунікацій компанії автор визначає, що це поняття ширше, ніж комунікаційне середовище підприємства, оскільки в межах свого комунікаційного середовища компанія об'єднує всі зацікавлені сторони і гармонізує їх інтереси в межах просування конкретного продукту, забезпечуючи сприятливе відношення зацікавлених учасників ринку до компанії і створює єдине мотиваційне поле стейкхолдерів, а екосистема маркетингових комунікацій компанії спрямована на формування комунікаційних зв'язків та залучення груп компаній-партнерів, як внутрішніх (персонал компанії), так і зовнішніх (постачальників, посередників, органів державної та місцевої влади, конкурентів та інших стейкхолдерів), які потенційно можуть сформувати в результаті взаємодії нову цінність та забезпечити переваги своїм клієнтам і партнерам через використання цифрових платформ та багатоканальну систему маркетингових комунікацій.

Розробку сучасної екосистеми маркетингових комунікацій слід розпочати з оцінки співвідношення поточної маркетингової комунікаційної стратегії із загальними бізнес-цілями та бізнес-стратегією компанії, що сприяє залученню клієнтів та партнерів на сайт компанії, який є найбільш важливим інструментом сучасної екосистеми маркетингових комунікацій, виступає координаційним центром та створює збалансоване і всебічне уявлення про підприємство. Всі дії компанії пов'язані з залученням трафіку на веб-сайт, вагомою характеристикою якого є зручність використання (юзабіліті), що представляє собою багатовимірний конструкт, який має значний позитивний зв'язок з задоволеністю споживачів від використання інтернет-сервісу [11, с. 408]; лояльністю споживачів [12, с. 1396]; намірами здійснити повторні покупки; довірою до бренду компанії; прийняттям якості інформації, розміщеної на сайті; іміджем компанії; конверсією відвідувань сайту в здійснення покупок; ефективністю роботи співробітників, а також рівнем їх напруженості [13, с.8].

Сучасна екосистема маркетингових комунікацій передбачає наявність наступних елементів традиційних та цифрових каналів комунікації:

- Outbound Marketing - це класичний вихідний маркетинг, який побудований на персональній комунікації (рекламна поштова розсилка звичайною, а не електронною, поштою; «холодні» дзвінки, друкована реклама, виставки, радіо і телевізійна реклама; презентації). Але на зміну цьому традиційному способу маркетингу, якому компанії повинні приділяти достатньо уваги, приходять інші сучасні види комунікацій;

- пошукова оптимізація - це форма Pull-маркетингу, що передбачає залучення цільової аудиторії на свій сайт за допомогою користувацького контенту і добре оптимізованої стратегії SEO. Пошукова оптимізація включає в себе наступні елементи:

а) вхідні посилання (Inbound links) з інших сайтів (онлайн-преса, блогери, партнери). Inbound Marketing, він же «вхідний маркетинг» - це новий тип залучення клієнтів шляхом генерації корисного контенту, ресурсів і створення інших точок перетину з клієнтами, без використання прямих продажів.

Самий головний посыл Inbound маркетингу полягає в необхідності створення компанією ситуацій, передумов, при яких потреба в комунікації надходить від клієнта, а вже тільки потім він стає покупцем. Тобто сутність «вхідного маркетингу» в тому, щоб усунути рекламний тиск на потенційних клієнтів, і надавати необхідну інформацію в той момент (потрібному місці в потрібний час), коли клієнт сам шукає відповідь на своє питання;

б) оптимізація на сайті у вигляді стратегії користувачького контенту, продуктивності сайту, архітектури сайту й інших технічних аспектів оптимізації, що виконуються на рівні сайту;

в) локальний пошук, що включає в себе оптимізацію локалізованого контенту, Google My Business (безкоштовний інструмент для управління показом даних про компанію на Картах, в Пошуку та інших сервісах Google) і локальних посилань;

- канали соціальних мереж, які інформують про культуру бренду, демонструють спосіб життя і розвитку компанії, таким чином стимулюючи відвідування сайту;

- контекстна реклама, таргетингова реклама, мобільний маркетинг, смс-розсилка, ретаргетинг тощо;

- CRM – системи, які представляють собою функціональну цифрову платформу для управління продажами, управління комунікаціями з клієнтами, організації робочого процесу компанії (Bitrix24, Worksection, Мегашан, Microsoft Dynamics CRM, retailCRM). Поняття цінності є дуже важливою характеристикою цифрових платформ. Електронні комунікації між суб'єктами економічної діяльності, як правило, завжди несуть додаткову цінність своїм учасникам за рахунок прискорення процесів, зниження помилок, підвищення керованості. Однак цифрові платформи на відміну від звичайних комунікацій створюють абсолютно нові цінності, яких не може бути окремо в учасників цифрової платформи.

При побудові екосистеми маркетингових комунікацій слід врахувати всі сучасні канали маркетингових комунікацій, але при цьому необхідно розуміти збалансованість такої екосистеми. Тобто, незважаючи на доступність більшості каналів для формування маркетингової комунікаційної екосистеми компанії, не кожен канал підходить або необхідний для використання зі всіма партнерами, з якими працює компанія. Сутність цього підходу полягає у виборі збалансованих каналів маркетингової комунікації, які найбільш адаптовані до бізнес-цілей компанії або бренду, її цільової аудиторії та бюджету. Запропонований підхід дає можливість вибудувати персоналізовану збалансовану комунікаційну екосистему компанії, яка об'єднує зацікавлених клієнтів, перетворюючи потенційних покупців у лояльних споживачів.

Велика кількість сучасних інформаційно-комунікаційних каналів формують інструментарій маркетингових цифрових комунікацій, але в основі формування екосистеми лежить цифрова платформа, наявність якої об'єднує партнерів в мережу, і є ключовим елементом екосистеми. Цифрова платформа як програмний продукт акумулює в собі всі інші необхідні технології, надаючи величезній кількості користувачів доступ до інформації, високоякісних сервісів з планування, аналітики і, найголовніше, доступ до ринку (до клієнтів, до виробників, до сервісних організацій тощо).

Основними перевагами побудови цифрової платформи є: швидке отримання бізнес-результатів при запуску нових рішень, скорочення витрат на обслуговування ІТ – інфраструктури, підвищення операційної ефективності та покращення взаємодії між департаментами (підрозділами) компанії; підвищення швидкості прийняття рішень за рахунок прискореного доступу до інформації; надання ідеального клієнтського досвіду в кожній точці контакту.

Партнери повинні бути готові інвестувати в розвиток платформи, досягнення її цілей. Т.Байлетті підкреслює, що мережеві партнери, які функціонують в рамках однієї екосистеми, повинні розділяти прагнення інвестувати для досягнення не індивідуального результату, а результату на загальному системному рівні, надавати вигоди своїм клієнтам, партнерам та іншим учасникам спільноти завдяки взаємодії і використанню багатосторонніх платформ, інвестувати в підтримку здоров'я всієї спільноти [14].

Власник і організатор платформи - це учасник спільноти, який володіє, веде операції і залучений в розвиток платформи (keystone). Організатор або засновник платформи повинен здійснювати два основних види діяльності - це системна робота над збільшенням обсягу угод серед учасників платформи і зростанням як власної так партнерської ефективності бізнесу.

Партнери платформи можуть бути організовані в класи або групи відповідно до типу цінності, яку вони привносять в платформу. Для кожної групи партнерів також існують різні умови включення в платформу, її використання і оплати послуг, які вона їм надає. Основною цінністю платформи для партнера стає доступ до її клієнтів - відвідувачів, які залучені у взаємодію з брендом організатора платформи, довіряють і лояльні до компанії. Якщо звичайний ринок сегментується відповідно до типів продуктів і орієнтується на певні групи клієнтів, то сегментація ринку цифрових платформ пов'язана з особливими цифровими послугами комунікацій і орієнтується на поєднання груп клієнтів, що істотно розширює можливості такого ринку. Іншими словами, платформа є ключовим активом її організатора і основою формування капіталу довіри, взаємин і бренд-капіталу.

Успішніше функціонування платформи сприятиме більшому залученню як клієнтів (відвідувачів), так і партнерів, зростанню її цінності, а отже потенційних доходів всіх учасників мережі. Таким чином, саме організаційні форми кооперації та спільної діяльності, а також традиційної дуальної взаємодії компаній представляються сьогодні тими драйверами, які можуть забезпечити подальше зростання бізнесу.

**Висновки.** Екосистемний підхід до побудови маркетингових комунікацій та маркетингової системи підприємства в цілому дає можливість формування нової якості сприйняття навколишнього середовища як пов'язаної мережевої структури, що створює кращі можливості для регулювання поведінки і спільної діяльності всіх учасників, кращу інформованість про стан системи в кожен момент часу, а тому можливість для управління довгостроковою стійкістю всієї екосистеми, а не окремих її одиниць.

### Література

1. Iansiti, M., & Levien, R. *The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability*. Boston, MA: Harvard Business School Press. 2004.
2. Jacobides M. G. Towards a theory of ecosystems // M.G. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer / *Strategic Management Journal*. - 2018. - Vol. 39. - P. 2255–2276.
3. Moore, J. F. *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. New York: Harper Business. - 1996.
4. Зозульов О. Формування концепції ведення бізнесу на маркетингових засадах: сьогоднішня та майбутня. *Маркетинг в Україні*. 2017. №5-6. С. 64-72.
5. Сайт Британської енциклопедії Британіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britannica.com/search?query=ecosystem> (Дата звернення: 01.03.2018)
6. Коваленко А. И. Проблематика исследований многосторонних платформ /А.И. Коваленко // *Современная конкуренция*. - 2016. - Т. 10. - № 3 (57). С. 64–90.
7. Moor J.F. Predators and prey: a new ecology of competition. / J.F. Moor // *Harvard Business Rewire*. - 1993. – 71. – р. 75 – 86.
8. Business ecosystems come of age. Part of the Business Trends series. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP\\_1048-Businessecosystems-come-of-age\\_MASTER\\_FINAL.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Businessecosystems-come-of-age_MASTER_FINAL.pdf)
9. Хаканссон Х., Форд Д. Як компанії повинні взаємодіяти в ділових мережах? / Х. Хаканссон, Д.Форд // *Journal of Business Research*. - Volume 55, Issue 2, - 2002. - с. 133-139.
10. Heikkilä, M. Ecosystem Under Construction: An Action Research Study on Entrepreneurship in a Business Ecosystem. / M. Heikkilä, L. Kuivaniemi // *Technology Innovation Management Review*, 2012. - 2(6). – р. 18–24.
11. Casaló L.V. Generating Trust and Satisfaction in E- services: The Impact of Usability on Consumer Behavior/ L.V. Casaló, C. Flavián, M. Guinaliú // *Journal of Relationship Marketing*. - 2010. - № 9 (4). - С. 247-263.
12. Lee Y. Investigating the Effect of Website Quality on E-business Success: An Analytic Hierarchy Process (AHP) Approach / Y.Lee, K.A.Kozar // *Decision Support Systems*. - 2006. - № 42 (3). - С. 1383-1401.
13. Konradt U., Lückel L., Ellwart T. The Role of Usability in Business-to-Business E-Commerce Systems: Predictors and Its Impact on User's Strain and Commercial Transactions / U. Konradt, L. Lückel, T. Ellwart // *Advances in Human-Computer Interaction*. - 2012. - Vol. 2012, Article ID 948693. 11 p. URL: <https://www.hindawi.com/journals/ahci/2012/948693/>
14. Bailetti T. Blueprint and Approach to Grow Revenue in Small Technology Companies. / T. Bailetti // *Open Source Business Resource*. – 2010. - June. - p.5–12.

### References

1. Iansiti, M., & Levien, R. *The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability*. Boston, MA: Harvard Business School Press. 2004.
2. Jacobides M. G. Towards a theory of ecosystems // M.G. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer / *Strategic Management Journal*. - 2018. - Vol. 39. - P. 2255–2276.
3. Moore, J. F. *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. New York: Harper Business. - 1996.
4. Zozulov O. Formuvannia kontseptsii vedennia biznesu na marketynhovykh zasadakh: sohodennia ta maibutnie. *Marketynh v Ukraini*. 2017. №5-6. S. 64-72.
5. Sait Brytanskoi entsyklopedii Brytanika. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.britannica.com/search?query=ecosystem> (Data zvernennia: 01.03.2018)
6. Kovalenko A. I. Problematika issledovaniy mnogostoronnih platform /A.I. Kovalenko // *Sovremennaja konkurencija*. - 2016. - T. 10. - № 3 (57). S. 64–90.
7. Moor J.F. Predators and prey: a new ecology of competition. / J.F. Moor // *Harvard Business Rewire*. - 1993. – 71. – р. 75 – 86.
8. Business ecosystems come of age. Part of the Business Trends series. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP\\_1048-Businessecosystems-come-of-age\\_MASTER\\_FINAL.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Businessecosystems-come-of-age_MASTER_FINAL.pdf)
9. Khakansson Kh., Ford D. Yak kompanii povynni vziaimodiiaty v dilovykh merezhakh? / Kh. Khakansson, D.Ford // *Journal of Business Research*. - Volume 55, Issue 2, - 2002. - s. 133-139.
10. Heikkilä, M. Ecosystem Under Construction: An Action Research Study on Entrepreneurship in a Business Ecosystem. / M. Heikkilä, L. Kuivaniemi // *Technology Innovation Management Review*, 2012. - 2(6). – р. 18–24.
11. Casaló L.V. Generating Trust and Satisfaction in E- services: The Impact of Usability on Consumer Behavior/ L.V. Casaló, C. Flavián, M. Guinaliú // *Journal of Relationship Marketing*. - 2010. - № 9 (4). - С. 247-263.
12. Lee Y. Investigating the Effect of Website Quality on E-business Success: An Analytic Hierarchy Process (AHP) Approach / Y.Lee, K.A.Kozar // *Decision Support Systems*. - 2006. - № 42 (3). - С. 1383-1401.
13. Konradt U., Lückel L., Ellwart T. The Role of Usability in Business-to-Business E-Commerce Systems: Predictors and Its Impact on User's Strain and Commercial Transactions / U. Konradt, L. Lückel, T. Ellwart // *Advances in Human-Computer Interaction*. - 2012. - Vol. 2012, Article ID 948693. 11 p. URL: <https://www.hindawi.com/journals/ahci/2012/948693/>
14. Bailetti T. Blueprint and Approach to Grow Revenue in Small Technology Companies. / T. Bailetti // *Open Source Business Resource*. – 2010. - June. - p.5–12.

Рецензія/Peer review : 07.11.2018    Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 167/168:330.3

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-284-289

ТУЛЬЧИНСЬКА С. О.

Національний технічний університет України «КПІ ім. І.Сікорського», м. Київ

ВОВК О. М.

Національний авіаційний університет, м. Київ

## ЕВОЛЮЦІЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*В статті досліджено еволюцію поняття модернізації економічних систем та підприємства. Розглянуто модернізаційну теорію суспільного розвитку та основи її положення. Еволюція теорій модернізації пройшла чотири основні етапи: мануфактурної, індустріальної, пізньої індустріальної та постіндустріальної форм. Авторами досліджено сучасні трактування поняття модернізації. На основі дослідження констатуємо, що інноваційний розвиток провокує постійні зміни модернізаційної теорії. Ми розглядаємо модернізацію як комплексний процес якісних, інноваційних структурних перебудов на всіх рівнях управління підприємством за напрямками інноваційного розвитку об'єктів середовища підприємства із застосуванням ефективних інструментів управління, спрямований на забезпечення перспективного оновлення, конкурентоспроможності та стратегічності розвитку. Основними концептуальними підходами до модернізації підприємств є: технологічне оновлення; стан інноваційного розвитку; процес перетворень і покращення; сукупність економічних, політичних, державно-правових, психологічних, культурологічних зрушень щодо розвитку соціально-економічних відносин; системний процес удосконалення і реформування, стратегічний напрям розвитку підприємства.*

*Ключові слова: модернізація, цивілізаційний розвиток, модернізаційна теорія, модернізація підприємства, постіндустріальна модернізація, розвиток.*

TULCHYNSKA S.

National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

VOVK O.

National Aviation University

## EVOLUTION OF MODERNIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

*The article investigates the evolution of the concept of modernization of economic systems and enterprises. The modernization theory of social development and the basis of its position are considered. The evolution of theories of modernization has gone through four main stages: manufacturing, industrial, late industrial and post-industrial forms. The authors investigate modern interpretations of the concept of modernization. Based on the study, we state that innovative development provokes constant changes in modernization theory. We consider modernization as a complex process of qualitative, innovative structural changes at all levels of enterprise management in the areas of innovative development of the enterprise environment with the use of effective management tools aimed at ensuring long-term renewal, competitiveness and strategic development. The main conceptual approaches to the modernization of enterprises are: technological renewal; state of innovative development; the process of transformation and improvement; a set of economic, political, state-legal, psychological, cultural changes in the development of socio-economic relations; systemic process of improvement and reform; strategic direction of enterprise development.*

*Key words: modernization, civilization development, modernization theory, enterprise modernization, post-industrial modernization, development.*

**Постановка проблеми.** Сучасні виклики нарощування темпів інтелектуалізації та конкуренції в економічних системах провокують на підприємствах запити щодо пошуку інноваційних інструментів забезпечення стійкості, прибутковості та конкурентоспроможності. Одним із основних наукових концептів розвитку підприємства структурна модернізація, що визначає пріоритети та умови суспільно-економічних трансформацій і потребує адекватної відповіді від управлінської системи підприємства. Модернізація, як комплексна перебудова й інноваційна трансформація економічної системи, здатна розкрити перспективи розвитку і забезпечити максимально ефективну реалізацію економічного потенціалу підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних наукових публікаціях багато уваги приділено проблемам економічної. Серед іноземних авторів можна виділити дослідження Белл Д., Тофлер Є., Ростоу В. До плеяди вітчизняних дослідників, які розвивають теорію модернізації економічних систем, належать Амосов О., Бураковський І., Валінкевич Н., Коліушко І., Мамалуй О., Матковський П., Михальченко М., Петрович Й., Федулова Л. Питаннями еволюції теорії модернізації займаються Балджи М., Бужимська К., Побережніков І. та інші.

**Виділення не вирішеної раніше частини досліджуваної проблеми.** Проведений аналіз наукових здобутків провокує потребу в узагальненні множини підходів та трактувань, виокремлення ключових факторів модернізації сучасних підприємств. Динамічність та інноваційна спрямованість розвитку сучасних економічних систем формує нові виклики в управлінні модернізаційними процесами на підприємствах, а тому існуючі теорії потребують уточнення щодо врахування специфіки інноваційного розвитку.

**Мета.** Дослідження наукових засад визначення сутності модернізації присвячується узагальненню

та формалізації підходів до економічного управління процесами трансформацій й оновлення на підприємствах в умовах інноваційного розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** На думку сучасних дослідників, засади теорії модернізації покладені в наукових працях ще в XVI ст. Генезис розвитку наукової категорії пройшов періоди трактування від простого переходу цивілізацій на нові суспільні уявлення про світ до концепції сучасного трактування в контексті постіндустріалізації (рис. 1.). На сьогодні в теорії модернізаційного розвитку основоположними є концепції Д.Белла (розглядає генезис модернізаційних змін в послідовності суспільних трансформацій: доіндустріальної – індустріальної – постіндустріальної форми суспільних відносин), О.Тоффлера (традиційна цивілізація – індустріальна цивілізація – цивілізація «третьої хвилі»), Ж.-Ф. Ліотана (традиційне суспільство – модерн – постмодерн), що ґрунтуються на виокремленні ключових детермінант структурних змін.



**Рис. 1.** Генезис наукових досліджень теорії модернізації економічних систем

Джерело: побудовано авторами на основі [1-3]

Теорії філософії суспільствознавства в інтерпретації економічних наук розрізняє три ключові макротерії економічного розвитку: формаційна, цивілізаційна, модернізаційна [1].

Формалізаційна теорія розглядає процеси суспільного розвитку як перехід між суспільно-економічними формаціями. Модернізація у формаційній теорії розглядається як процес переходу – прогресу – від первіснообщинної формації, далі до рабовласницької, феодальної, капіталістичної, комуністичної і насамкінець до сучасного інформаційного суспільства. Перехід від однієї формації до іншої і є соціальним, суспільним прогресом [2].

У цивілізаційному підході виокремлюють безліч концепцій, побудованих на різних засадах суспільних цінностей релігія, держава, влада, права і свободи тощо [3]. За постулатами цього підходу, існує значна кількість історичних утворень (цивілізацій), що розвиваються незалежно одна від одної, є історично відокремленими.

Модернізаційна теорія, як пише І. Побережніков, «сформувалася в середині XX ст. в умовах розпаду європейських колоніальних імперій і появи великої кількості «молодих націй», перед якими була проблема вибору шляху подальшого розвитку. Власне програма модернізації (прискорення переходу від традиційного до сучасного) була запропонована вченими і політологами США і Західної Європи державам третього світу як альтернатива комуністичної організації» [1]. Можна констатувати, що інноваційний розвиток провокує постійні зміни модернізаційної теорії, знаходячись у постійній взаємодії з процесами, які під впливом сучасних детермінант вносять корективи в сутність та напрями реалізації.

Серед найвизначніших дослідників концепцій модернізаційної теорії Д. Белл вирізняє три способи «приспосовування», за допомогою яких люди прагнуть визначити своє місце та значимість в економічних відносинах: релігія, праця, культура [4]. Проаналізувавши підходи Є. Тоффлера до сутності секуляризації (переходу суспільства на раціональні імперативи), можна виділити такі основні положення його концепції: по-перше, підходи до визначення секуляризації різняться за їх наслідками: від невідворотного занепаду до модифікації соціального способу вираження, тобто набуття останньою специфічних якостей щодо соціуму; по-друге, відбуваються кардинальні зміни в суспільних відносинах, радикальне заперечення минулого. Сукупність цих загальних тенденцій прийнято називати модернізацією. [5]. Отже, системною частиною процесу секуляризації є модернізація.

Значний внесок у формування наукових концепцій, які пояснюють модернізацію як макропроцес переходу від традиційного до модерного суспільства, зробили О. Конт, Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, К. Маркс, Ф. Тьоніс, М. Леві, У. Ростоу та інші [6]. В окремих дослідженнях вказаного підходу, є спроби узагальнити підходи до трактування модернізації економічних систем. Так, С. Гавров, розглядаючи модернізацію як

макропроцес переходу від традиційного до сучасного суспільства – «суспільства модерності», – виокремлює три підходи до значення поняття “модернізація”:

1) як внутрішній розвиток країн Західної Європи і Північної Америки, що належить до європейського Нового Часу;

2) як наздоганяльна модернізація, яку практикують країни, що не належать до країн першої групи, але прагнуть їх наздогнати;

3) як процеси еволюційного розвитку найбільш модернізованих суспільств (Західна Європа і Північна Америка), тобто модернізація як певний перманентний процес, здійснюваний шляхом проведення реформ та інновацій, що сьогодні трактується як перехід до постмодерного (постіндустріального) суспільства [6].

В. Мур визначає модернізацію як «тотальну трансформацію традиційного домодерного суспільства в таку соціальну організацію, яка характерна для «передових» економічно успішних і в політичному плані відносно стабільних країн Заходу» [7]. Е. Тоффлер, зазначаючи, що окремі інновації не можуть стати рушіями інноваційного розвитку цивілізацій, стверджує про глобальні тенденції та закономірності створюють умови для індустріальної революції.

В основу еволюції суспільства, як окремого підходу до трактування положень теорії модернізації, Г. Спенсер поставив «закони дії» і «закони руху»: «Якщо закон дії кожного фактора розповсюджується на весь космос, тоді, таким же має бути закон спільної дії усіх факторів. А відповідно, об'єднання знання, в пошуках якого знаходиться філософія, повинно складатися в тому, щоб зрозуміти космос як ціле, відповідне цьому законові спільної дії» [8]. У практичному відношенні, на думку Г. Спенсера, закон має бути законом безперервного перерозподілу матерії і руху. Вчений на еволюційній основі суспільного розвитку модернізаційні процеси розглядає як двоєдиний процес диференціації та інтеграції суспільства.

Проте загальною тенденцією для еволюціонізму аворів О. Конт, Т. Парсонс, Ю. Хабермас, як вважає П. Штомпка, «зміни постають як однолінійний процес, зміни безповоротні та неминуче ведуть процес розвитку до певного фіналу – модернізації. З іншого погляду, зміни мають поступальний, нагромаджувальний і мирний характер..., стадії, які проходять процеси змін, обов'язково послідовні – жодна з них не може бути пропущена, наприклад «традиційна – перехідна – сучасна», «традиційна – стадія досягнення попередніх умов для початку змін – початок безперервного росту – дозрівання – досягнення рівня масового споживання» [9]. Теоретики модернізації підкреслюють важливість ендогенних, іманентних причин і описують рушійні сили змін термінами “структурна і соціальна диференціація” та аналогічними еволюційними поняттями [9]. У загальному як основні риси класичної еволюційної модернізаційної парадигми можна виокремити такі: соціальні зміни однолінійні, тобто суспільство рухається тільки вперед; рух до перспективної стадії розвитку людства оцінюється позитивно і характеризується зростанням продуктивних сил, гуманізму та цивілізованості; соціальні зміни вибудовуються поступово.

Функціональний підхід до характеристики сутності модернізації застосував та обґрунтував Т. Парсонс. Відповідно до «чотирьох підсистем функціональної схеми» Т. Парсонс аналітично ділить суспільство на чотири підсистеми: соціетальне суспільство, відтворення зв'язку, або функціональна підсистема, політика, економіка. Соціетальна спільнота займає в цій структурі місце головної підсистеми і є складною мережею взаємопроникних компонентів і колективних лояльностей, системою, для якої характерні диференціація і сегментація [10]. Структурні зміни цій системі Т. Парсонс розглядає як «три рубрики»: джерело тенденцій до змін; вплив цих тенденцій на структурні компоненти, схильні до змін, і можливі наслідки такого впливу; можливості узагальнення тенденцій і типів змін [11]. В основі позитивних змін у суспільстві у дослідник розглядає «функціональний імператив», побудований за системою AGIL (for adaptation, goal attainment, integration, latency): адаптація, цілепокладання, інтеграція, латентність, в контексті якого соціальна система не є незмінною цілісністю, а навпаки, інститути які її складають, постійно змінюються і пристосовуються один до одного.

Сучасні дослідження модернізації знайшли своє відображення у працях Е. Тириак'яна, П. Штомпки, В. Цаффа, К. Мюллера та інших, в яких простежується зміна акцентів від однолінійності до багатолінійних векторів модернізації. У своїх дослідженнях І. Побережніков виокремлює вісім постулатів сучасних концепцій модернізації (рис.2.).

Розглянемо більш детально сучасні економічні трактування процесів модернізації на підприємствах загальне визначення дає економічний словник, в якому описано, що модернізація характеризується як введення удосконалень, які відповідають сучасним вимогам [11]. Досить цікавим є підхід П. Штомпки [12, с. 10], який виділив три значення досліджуваної категорії:

1) модернізація – синонім всіх прогресивних соціально-економічних змін, коли суспільство рухається уперед;

2) поняття «модернізація» тотожно поняттю «сучасність» і означає комплекс соціальних, політичних, економічних, культурних і інтелектуальних трансформацій, які відбувалися на Заході з XVI-го століття і досягли свого апогею в XIX-XX століттях. Сюди включаються процеси індустріалізації, урбанізації, раціоналізації, бюрократизації, домінуючого впливу капіталізму, розповсюдження індивідуалізму і мотивацій успіху, утвердження розуму та науки;

3) термін «модернізація» відноситься до відсталих або слаборозвинутих суспільств і описує їх зусилля, спрямовані на те, щоб «догнати» провідні, найбільш розвинуті країни, які існують з ними в одному історичному часі, в рамках єдиного глобального суспільства. Іншою мовою, і цьому випадку «модернізація» описує рух від периферії до центру сучасного суспільства.

Е. Тириак'ян	відмова від однобічного векторного трактування модернізації як руху в бік західних інститутів і цінностей, що було характерним для традиційного підходу; визнання конструктивної, позитивної ролі соціокультурної традиції в ході модернізаційного переходу, надання їй додаткового статусу розвитку
В. Цаф	визнання можливостей власних шляхів розвитку та змін “маршрутів” руху
С. Хантінгтон, Р. Робертсон	Модернізація розглядається як ендогенно-екзогенний процес
А. Турен, У. Бек, П. Штомпка	корегування еволюційного телеологізму, тобто посилення уваги не на автономних законах еволюції, а на ролі соціальних акторів (колективних індивідів), які завжди володіють можливістю забезпечити зростання або трансформацію ситуації за допомогою вольового втручання
К. Мюллер	історичність підходу: інкорпорація в теоретичну модель історичної випадковості, визнання необхідності розгляду трансформаційних процесів у рамках конкретної “історичної констеляції”. Визначається залежність між результатами модернізації і гармонією поміж культурними, політичними, економічними цінностями та пріоритетними і наявними ресурсами
К. Мюллер	усвідомлення некоректності інтерпретації модернізації як безперервного процесу навіть тоді, коли окремим суспільством пройдена стадія “зльоту”; . ключовим аспектом динаміки модернізації є циклічна природа змін.
Р. Інглегарт	відмова від жорсткого детермінізму будь-якого напрямку (політичного, економічного, культурного тощо), увага зосереджена на комплексному, взаємодопованому характері взаємозв'язків між різними соціальними факторами і системами

Рис.2. Наукові положення сучасних концептів у трактуванні поняття модернізації економічних систем.  
Джерело: побудовано авторами на основі [1-5].

Розглянувши категорію «модернізація» та теоретичні підходи до її розуміння, Фаєр О.В. констатує відсутність єдиного підходу її розуміння та робить наступні узагальнення:

1) модернізація – це процес, який передбачає одночасні якісні зміни на всіх рівнях за всіма напрямками і впливає на всіх учасників суспільства;

2) модернізація неможлива без впровадження інновацій, але з врахуванням історичних та національних особливостей країни;

3) модернізація передбачає вдосконалення соціальної, економічної, політичної, культурної, екологічної складових з метою сталого розвитку;

4) модернізація передбачає використання ефективних систем управління.

Узагальнюючи виділимо наступні підходи до трактування модернізації підприємства (рис. 3):

- технологічне оновлення;

- стан інноваційного розвитку;

- процес перетворень і покращення;
- сукупність економічних, політичних, державно-правових, психологічних, культурологічних зрушень щодо розвитку соціально-економічних відносин;
- системний процес удосконалення і реформування.
- стратегічний напрям розвитку підприємства.

ПІДХОДИ	АВТОРИ	КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ
Технологічне оновлення	Пашута М., Шкільнюк О.	процес часткового оновлення, зміни застарілого устаткування), технології виробництва, технічне й технологічне переоснащення підприємств
Стан інноваційного розвитку	Петрович Й., Федулова Л., Мамалуй О.	стан сталого і ефективного розвитку, який ґрунтується на впровадженні у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, прискорений розвиток високотехнологічних вилів діяльності
Процес перетворень і покращення	Салун М., Лаврентьев В.	процес покращення, оновлення, який веде до прогресивних змін, перетворень засобів виробництва, продукції та умов економічного розвитку, комплексний проект удосконалення діяльності, розробку високотехнологічних продуктів, впровадження новітніх технологій та перехід на більш високий технологічний
Системний процес удосконалення і реформування	Балджи М. Д., Ковальчук Ю.	процес комплексної трансформації діючої моделі виробництва шляхом технічного та технологічного їх удосконалення з одночасним удосконаленням організаційної системи
Стратегічний напрям інноваційного розвитку підприємства	Амосов О.	має забезпечувати водночас ефективність створення інноваційної моделі розвитку підприємств та соціально-економічний розвиток країни в цілому
Сукупність економічних, політичних, державно-правових, культурологічних зрушень щодо розвитку соціально-економічних відносин	Бужимська К., Михальченко М., Обушна Н. І.	сукупність різного роду економічних, політичних, державно-правових, психологічних, культурологічних зрушень та перетворень конкретної соціально-економічної системи у напрямі її осучаснення і постійного вдосконалення; наближення соціально-економічних систем та їхніх фрагментів до максимально можливого рівня розвиненості; пов'язана з глибокими економічними змінами – все більш значним поділом праці, використанням методів менеджменту та вдосконаленням технології, а також розвитком сприятливих умов для комерції; системний процес різного роду зрушень і перетворень сфер суспільства.

Рис.3. Підходи до трактування поняття модернізації підприємства.

Джерело: побудовано авторами на основі [1,3, 5, с. 219, 9, с. 11, 10, с. 96, 11, с. 28, 15, с. 543, 17, с. 46, 18, 23, с. 128].

Проведене узагальнення існуючих підходів дало можливість сформулювати власне бачення модернізації. Ми розглядаємо модернізацію як комплексний процес якісних, інноваційних структурних перебудов на всіх рівнях управління підприємством за напрямками інноваційного розвитку об'єктів середовища підприємства із застосуванням ефективних інструментів управління, спрямований на забезпечення перспективного оновлення, конкурентоспроможності та стратегічності розвитку.



**Висновки.** Отже, еволюція теорій модернізації пройшла чотири основні етапи: мануфактурної, індустріальної, пізньої індустріальної та постіндустріальної форм. Модифікація теоретичних основ модернізаційного підходу розкриває трансформацію суспільного розвитку та відношення людини до відносин власності. Поступові перетворення технологічних укладів, форм і знарядь виробництва призвели до еволюції теорій модернізації: від процесу технічного оновлення до комплексного аналізу й управління усіма розвитковими процесами на підприємстві.

### Література

1. Побережников И. В. Модернизация: теоретико-методологические подходы. Экономическая история. Обзорение. 2002. Вып. 8. С. 146-168.
2. Мизес фон Л. теория и история: Интерпретация социально-экономической эволюции. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 295 с.
3. Бондаренко Г. В. Историчне пізнання: питання теорії і практики. Луцьк, 1998. 189 с.
4. Bell D. The coming of post-industrial society. Venture in social forecasting. N.Y. :Collman Pub., 1973. 884p.
5. Найчук А. В. Модернізація як суспільно-історичний процес. Нова парадигма, 2012. Вип.108. С. 65- 74
6. Кучерук Г.Ю., Вовк О.М. Ресурсне забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку потенціалу авіапідприємства. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». К.: ДЕТУТ, 2015. Вип. 32. С.91-99
7. Тульчинська С.О. Перспективи та доміанти розвитку інтелектуально-інноваційної системи регіонів України: монографія. Херсон, Ви-во "ПП Вишемирський В.С.", 2014. 210 с.
8. Антология мировой философии : в 4 т. М. : Мысль, 1971. Т. 3. С. 606-620.
9. Штомпка П. Социология социальных изменений. М. : Аспект Пресс. 1996. 416 с..
10. Парсонс Т. Система современных М. : Аспект Пресс, 1988. 270 с.
11. Феєр О. В. Модернізація як економічна категорія Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2016. Серія Економіка. Вип. 1(5). С. 70-75
12. Штомпка П. Социология социальных изменений.М.: Аспект Пресс, 1996. 184 с.
13. Пашута М. Т. Інновації: понятійно-теормінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання.К.: Центр навчальної літератури, 2005. 118 с.
14. Петрович Й. М. Модернізація промислових підприємств як передумова їх ефективного розвитку. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16326/1/138\\_Petrovich\\_249\\_250\\_Modern\\_Problems .pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16326/1/138_Petrovich_249_250_Modern_Problems.pdf).
15. Федулова Л. І. Технологічна модернізація промисловості України . К.: Ін-т екон. та прогноз., 2008. 472 с.
16. Салун М. М. Фактори модернізації ресурсного потенціалу промислового підприємства Інноваційна економіка, 2012. № 4(30). С. 49-51.
17. Балджи М. Д. Сутність модернізації в контексті сучасної економічної категорії. Науковий вісник Херсонського державного університету Вип. 11. Ч. 1. 2015. С. 64-67.
18. Амосов О. Ю. Модернізація в Україні: шлях в майбутнє. URL: [jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/download/4383/4515](http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/download/4383/4515)
19. Бужимська К. О. Теорія модернізації: виникнення, розвиток, сучасний стан/ Вісник ЖДТУ. 2008. № 2(44). С. 216-227.
20. Обушна Н. І. Модернізація – сучасний тренд розвитку суспільства. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2015-3/doc/1/06.pdf>.

### References

1. Poberezhnykov Y. V. (2002). Modernizatsiya: teoretiko-metodologicheskiye podkhody. Ékonomicheskaya ystoriya. Obzrenye. Vol.8. p.p.146-168.
2. Myzes fon L. (2001).Teoriya y ystoriya: Ynterpretatsiya sotsyal'no-ékonomicheskoy évolutsyy. M. : YUNYTY-DANA.
3. Bondarenko H. V. (1998) Istorychne piznannya: pytannya teoriyi i praktyky. Luts'k, 189 s.
4. Bell D. The coming of post-industrial society. Venture in social forecasting. N.Y. :Collman Pub., 1973. 884p.
5. Naychuk A. V. (2012) Modernizatsiya yak suspilno-istorychnyy protses. Nova paradyhma, Vol.108. p.p. 65- 74/
6. Kucheruk Gh. and Vovk O.M. (2015) Resursne zabezpechennja investycijno-innovacijnogho rozvytku potentsialu aviapidpryjemstva. Collection of scientific works of the State Economic and Technological University of Transport, vol. 32, pp. 91-99.
7. Tul'chyn'ska, S.O. (2014), Perspektyvy ta dominanty rozvytku intelektual'no-innovatsijnoi systemy rehioniv Ukrainy, Vyd-vo "PP Vyshemyr's'kyj V.S.", Kherson/
8. Antolohyya myrovoy fylosofyy : v 4 t. M. : Mysl', 1971. Т. 3. p.p. 606-620.
9. Shtompka P. (1996) Sotsyolohyya sotsyal'nykh yzmenenyy. M. : Aspekt Press.
10. Parsons T. (1988) Systema sovremennykh M. : Aspekt Press.
11. Feyer O. V.(2016) Modernizatsiya yak ekonomichna katehoriya Naukovyy visnyk Mukachivs'koho derzhavnogo universytetu. Seriya Ekonomika. Vol. 1(5). P.p.. 70-75
12. Shtompka P. (1996) Sotsyolohyya sotsyal'nykh yzmenenyy.M.: Aspekt Press,
13. Pashuta M. T. (2005) Innovatsiyi: ponyatiyno-teorminolohichnyy aparat, ekonomichna sutnist' ta shlyakhy stymulyuvannya.K.: Tsentr navchal'noyi literatury,
14. Petrovych Y. M. Modernizatsiya promyslovykh pidpryemstv yak peredumova yikh efektyvnoho rozvytku. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16326/1/138\\_Petrovich\\_249\\_250\\_Modern\\_Problems .pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16326/1/138_Petrovich_249_250_Modern_Problems.pdf).
15. Fedulova L. I. (2008) Tekhnolohichna modernizatsiya promyslovosti Ukrayiny . K.: In-t ekon. ta prohnovuz., 2008.
16. Salun M. M.(2012) Faktory modernizatsiyi resursnoho potentsialu promysloвого pidpryemstva Innovatsiyina ekonomika, № 4(30). P.p. 49-51.
17. Baldzhy M. D. (2015) Sutnist' modernizatsiyi v konteksti suchasnoyi ekonomichnoyi katehoriyi. Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu Vol. 11. #. 1. P.p. 64-67.
18. Amosov O. YU. Modernizatsiya v Ukrayini: shlyakh v maybutnye. URL: [jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/download/4383/4515](http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/download/4383/4515)
19. Buzhym's'ka K. O. (2008) Teoriya modernizatsiyi: vynykennya, rozvytok, suchasnyy stan/ Visnyk ZHDTU. № 2(44). P.p. 216-227.
20. Obushna N. I. (2015) Modernizatsiya – suchasnyy trend rozvytku suspil'stva. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2015-3/doc/1/06.pdf>.

Рецензія/Peer review : 02.11.2018 Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 339.17:338.12(043.3)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-290-294

ДОБРОВОЛЬСЬКА К. А.  
Хмельницький національний університет

## ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ДО ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ БРЕНДИНГУ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ

У статті наведено результати проведеного дослідження щодо можливості формування комплексного підходу до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах. Відбулося уточнення визначення брендингу як інструменту здійснення стратегічної маркетингової поведінки підприємства (групи підприємств) на ринку в процесі створення і управління брендом, задля досягнення цілей усіх зацікавлених організацій-учасників.

Визначено змістове наповнення терміну «механізм брендингу», під яким розуміємо процес формування складних комунікативних зв'язків, які передбачають не лише спрямованість на ринок товарів і отримання прибутку, але й формування потоків зворотної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень щодо виробничих процесів, фінансових, маркетингових заходів, правового захисту бренду, стратегічних орієнтирів підприємства стосовно створення стійких конкурентних переваг.

Запропоновано комплексний підхід до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах, який базується на формуванні уніфікованих для всіх ринків і виробів процесу планування, термінологічної бази, структури даних для стратегічного аналізу, стратегічних моделей і програм.

Встановлено, що синергійний ефект у виробничо-торговельному ланцюгу виникає як ефект взаємного посилення конкурентних позицій його учасників при їх спільній брендинговій діяльності, а наявність у виробничо-торговельних ланцюгах інтегрованої системи потокових процесів вважається важливою умовою для підприємств-учасників щодо створення «синергійного портфеля», який слугує для послаблення негативних впливів зовнішнього середовища.

Ключові слова: бренд, брендинг, комплексний підхід, механізм брендингу, виробничо-торговельний ланцюг.

DOBRIVOLSKA K.  
Khmelnitskyi National University

## FORMATION OF A COMPREHENSIVE APPROACH TO BUILDING A BRANDING MECHANISM IN PRODUCTION AND COMMERCIAL CHAINS

The article presents the results of the study on the possibility of forming a comprehensive approach to building a branding mechanism in production and trade chains. The definition of branding as a tool for implementing strategic marketing behavior of an enterprise (group of companies) in the market in the process of creating and managing a brand has been clarified in order to achieve the goals of all interested organizations-participants.

The meaningful filling of the term "branding mechanism" is defined, by which we understand the process of forming complex communication relationships, which imply not only the orientation on the market of goods and profit, but also the formation of feedback flows for making effective management decisions regarding production processes, financial, marketing measures, legal protection of the brand, strategic orientations of the enterprise in relation to creation of sustainable competitive advantages.

A comprehensive approach to building a branding mechanism in production and trading chains is proposed, which is based on the formation of a unified planning process, terminology, data structure for strategic analysis, strategic models and programs for all markets and products.

It is established that the synergistic effect in the production and trading chain arises as an effect of mutual strengthening of the competitive positions of its participants in their joint branding activity, and the presence in the industrial and trading chains of an integrated system of flow processes is considered an important condition for the participating companies to create a "synergistic portfolio" which serves to mitigate the negative effects of the environment.

Keywords: brand, branding, complex approach, branding mechanism, production and trade chain.

**Постановка проблеми.** Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці України, та її інтегрування у світовий економічний простір, висувають до вітчизняних підприємств вимоги щодо посилення ідентифікування власної продукції. Цей процес є неможливим без застосування технологій брендингу. Брендинг у діяльності сучасних підприємств є найважливішою складовою їх стратегічного розвитку, яка дозволяє формувати їх конкурентні переваги, впливаючи безпосередньо на свідомість споживача. Здатність підприємства створювати та ефективно управляти брендами є ключовим джерелом ринкового успіху в умовах технічного прогресу та посилення конкуренції. Проте, навіть потужний товарний бренд, сформований підприємством-виробником продукції може зазнати ринкової поразки без належної підтримки у маркетингових розподільчих ланцюгах, що обумовлює необхідність консолідації діяльності як виробничих, так і торговельних підприємств. Все перераховане визначило доцільність дослідження теоретичних і практичних основ формування і управління брендингом не лише на окремих виробничих та торговельних підприємствах, а й шляхом створення відповідних виробничо-торговельних ланцюгів. У сучасних дослідженнях українських науковців саме з таких позицій брендинг не досліджувався.

**Аналіз публікацій з проблеми дослідження.** Теоретико-методологічні засади формування та управління брендами висвітлювали у своїх працях такі вітчизняні вчені, як: Д. Аакер, Т. Амблер, Л. Балабанова, Дж. Бернетт, О. Білан, Т. Григорчук, С. Ковальчук, Ф. Котлер, Я. Ларіна, Ю. Марчук, О. Зозульов, В. Парсяк,

І. Перезова, Є. Ромат, Т. Любаренко, Т. Поліщук, В. Саветін, Г. Савіна, І. Соловійов, С. Хамініч, О. Шаманська та ін. Питання формування різноманітних ланцюгів у сфері маркетингового і логістичного розподілу розглядали у своїх працях такі науковці, як: Дж. Р. Сток, Д. Ламберт, Дж. Ментцер, Є. Крикавський, Н. Чухрай, О. Сумець, Д. Журихіна, К. Таньков, О. Гірна, М. Ковалев, М. Парфьонов, В. Щербаков, А. Парфьонов та ін. У процесі ґрунтовного аналізу праць встановлено, що більшість науковців зосереджують увагу саме на концепції управління ланцюгами поставок. Натомість, стан і ступінь розробленості питань щодо формування і управління виробничо-торговельними ланцюгами підприємств, а також брендингу в цих ланцюгах не знайшли достатнього відображення у сучасній науковій літературі. Важливість і необхідність розв'язання окреслених питань і проблем обумовили вибір теми, постановку мети та завдань дослідження.

**Мета.** Метою написання статті є розробка теоретико-методичного підходу до формування механізму брендингу у торговельно-виробничих ланцюгах.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання:

– сформулювати комплексний підхід до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах;

– запропонувати напрями удосконалення механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах господарювання наявність орендованої продукції та зареєстрованих товарних марок значно посилюють конкурентні позиції підприємств на ринку, що гарантує виробникам продукції отримання додаткового прибутку, забезпечуючи лояльність споживачів, і тим самим, зменшуючи вплив конкуренції на коливання обсягів продажу. Наявність бренду та лояльності споживачів засвідчує, що той чи інший суб'єкт національної економіки є більш конкурентоспроможним, особливо в кризових умовах та має більші переваги в порівнянні з іншими суб'єктами, що значно пом'якшує реакцію споживачів на можливі коливання ціни, відкриває нові можливості для розширення ринків збуту підприємств національної економіки.

Зважаючи на розмаїття підходів до трактування поняття «бренд», можна констатувати, що стосовно сутнісного наповнення дефініції «брендинг» значних розбіжностей в поглядах авторів немає (табл. 1).

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення брендингу\*

Автор	Брендинг – це ..
Ф. Котлер	...процес створення бренду і управління ним. Він може включати в себе створення, зміцнення, репозиціонування, оновлення і зміну стадії розвитку бренду, його розширення і закріплення на ринку. Це філософія управління компанією, товарними потоками, людськими ресурсами та ін. Брендувати – означає робити щось більш цінним.
М. Хейг	...процес створення та управління ідентичністю бренду
Л. Клемонс	...процес під час якого ідея іміджу перетворюється на товар
А. М. Мунар	...стратегії, які допомагають товару вигідно виділитися у свідомості споживачів серед своїх конкурентів
Ж.-Н. Капферер	Визначення брендингу автор не пропонує, але в цілому розглядає його як діяльність, спрямовану на наповнення певного продукту (послуги) перевагами, ідеями тощо
С. Анхольт	...процес проектування, планування та об'єднання назви і ідентичності з метою створення або управління репутацією
Е. Шевченко	Визначає як створення емоційного виміру для товарів та послуг, що б споживач зміг злитися із товаром, що рекламується
Ларіна Я. С.	...діяльність з розробки, реалізації та керування брендом

\*сформовано автором на підставі теоретичних узагальнень[3, 4, 5]

Отже, в даний час більшості дослідників брендинг розглядається як системоутворюючий елемент маркетингової стратегії розвитку всієї компанії, інструмент здійснення стратегічної маркетингової поведінки підприємства (групи підприємств) на ринку. Відбулося уточнення визначення брендингу як інструменту здійснення стратегічної маркетингової поведінки підприємства (групи підприємств) на ринку в процесі створення і управління брендом, задля досягнення цілей усіх зацікавлених організацій-учасників. Відповідно, для здійснення управління процесом брендингу та його імплементації у діяльність виробничо-торговельного ланцюга, необхідно визначити його місце у процесі управління. Відтак, маємо зазначити, що в організації як соціальній системі, існують чотири види об'єктів управління: виробничі об'єкти управління (цехи, бригади); структурні об'єкти управління (відділи, бюро, групи); предметні об'єкти управління (фінанси, персонал, маркетинг, виробництво); функціональні об'єкти управління (стратегічне управління, управління персоналом).

Менше з тим, бренд охоплює цілий комплекс предметних об'єктів управління та є самостійним предметним об'єктом управління поряд з персоналом, фінансами, виробництвом.

Таким чином, важливість бренду як об'єкта управління характеризується тим, що він:

- виступає узагальнюючим носієм стратегії підприємства;
- здійснює ідентифікацію підприємства та його продукції у конкурентному середовищі;
- сприяє виходу виробника з новою продукцією на суміжні ринки;
- дозволяє отримати додатковий прибуток шляхом продажу права на використання бренду

(франчайзинг);

- динамізує розвиток бізнесу;
- оптимізує бюджет маркетингу.

Розглядаючи важливість брендингу як функціонального об'єкту управління необхідно зазначити, що він:

- сприяє формуванню єдиного бізнес-простору, орієнтуючи інші функції управління на реалізацію стратегій брендингу;
- формує стратегічні конкурентні переваги, що дозволяє підприємству розраховувати на довгостроковий прибуток;
- оптимізує процес виконання функцій маркетингового стратегічного управління за рахунок формування комунікативної взаємодії як всередині організації, так і за її межами;
- є запорукою постійного підвищення професіоналізму топ-менеджменту організації і не лише у сфері маркетингу.

Таким чином, брендинг, як функціональний об'єкт управління, виступає складовою частиною системи управління підприємства. Як складова частина системи управління організацією брендинг включає в себе: методологію управління; механізм управління (технологію, техніку).

Зважаючи на це, методологічною базою для функціонального об'єкту управління брендингу можуть виступати такі науково-практичні підходи, як:

- системний підхід, згідно якого відбувається розгляд процесів брендингу як системи, тобто відбувається поєднання в одне ціле елементів, необхідних для досягнення певної мети;
- ситуаційний (прикладний) підхід, згідно якого дії керівника та бренд-менеджера мають перебувати в залежності від поточного стану внутрішнього і зовнішнього середовища організації, а також враховувати її конкурентні позиції;
- комплексний підхід, згідно якого брендинг розглядається як єдність організаційних, економічних, соціальних, правових, психологічних аспектів маркетингового менеджменту.

Виходячи з останнього твердження, розуміємо, що реалізація брендингу потребує створення відповідного механізму.

Таким чином, під механізмом брендингу розглядаємо процес формування складних комунікативних зв'язків, які передбачають не лише спрямованість на ринок товарів і отримання прибутку, але й формування потоків зворотної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень щодо виробничих процесів, фінансових, маркетингових заходів, правового захисту бренду, стратегічних орієнтирів підприємства стосовно створення стійких конкурентних переваг.

Отже, сучасний концептуальний підхід до брендингу визначає етапи формування механізму брендингу. Основними етапами при формуванні механізму брендингу можна вважати:

- 1) усвідомлення та чітке розуміння місії підприємства та необхідності порведення брендингу;
- 2) формування цільових установок бренду;
- 3) аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей організації;
- 4) визначення принципів здійснення брендингу;
- 5) прийняття стратегічних і тактичних рішень стосовно виду брендингу;
- 6) реалізація прийнятих рішень за допомогою механізму брендингу;
- 7) організація і контроль виконання стратегічного маркетингового рішення;
- 8) коригування (за необхідності) місії підприємства та/або брендингового спрямування.

Відповідно, запропоновані етапи формування механізму брендингу спрямовані на досягнення поставлених стратегічних (у тому числі, маркетингових) цілей та передбачають розробку цілого комплексу взаємопов'язаних завдань, які мають сприяти:

- формуванню стійких конкурентних переваг і досягненню високого рівня конкурентоспроможності підприємства в ринковому середовищі;
- максимізації прибутку через створення позитивного іміджу підприємства, а отже підвищення рівня лояльності споживачів його продукції;
- збільшення вартості активів організації завдяки ринковому успіху торговельної марки;
- підвищення вартості акціонерного капіталу завдяки гудвілу бренду;
- задоволення споживачів товарами і послугами підприємства в наслідок виконання їх очікувань.

Узагальнюючи підходи до управління підприємством під кутом його місця в процесі створення споживчої цінності для кінцевого споживача, що знаходить своє відображення в сучасному концептуальному підході до здійснення брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах, можна виокремити два фундаментальних підходи.

Перший (традиційний та більш поширений в літературі) розглядає концепцію брендингу як процес створенні вартості бренду як основної цілі. Характерним для даного підходу є створення, зміцнення, репозиціонування, оновлення і зміну стадії розвитку бренду, його розширення і закріплення на ринку. Це філософія управління компанією, товарними потоками, людськими ресурсами тощо.

Другий концептуальний підхід розглядає концепцію брендингу як управлінський процес та робить акцент на визначенні ролі і місця брендингу у виробничо-торговельному ланцюзі, котрий уможливорює

створення у кожній ланці ланцюга додаткової корисності задля підвищення ефективності маркетингової діяльності всіх підприємств-учасників.

Саме симбіоз цих двох концепцій здатен забезпечити виробничо-торговельному ланцюгу і всім його учасникам збалансоване зростання і формування повноцінного бренду.

Зважаючи, що в статті вирішується наукове завдання стосовно здійснення брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах, пропонується комплексний підхід до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах, який базується на формуванні уніфікованих для всіх ринків і виробів процесу планування, термінологічної бази, структури даних для стратегічного аналізу, стратегічних моделей і програм. Схематизовано цей підхід розглянуто на рис. 1.

Пропонований підхід відрізняється від традиційних наукових і науково-методичних підходів тим, що спрямовується на комплексне вирішення питання запровадження брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах через прийняття одного або кількох стратегічних маркетингових рішень у сфері брендингу.

Це досягається через реалізацію принципів: динамічності; стійкості; безперервності; етапності; циклічності; дискретності; ієрархічності та послідовності операцій брендингу.

Так, динамічність в процесі брендингу передбачає швидке реагування на зміни зовнішнього конкурентного середовища і застосування внутрішнього потенціалу учасників виробничо-торговельного ланцюга.

Стійкість забезпечується орієнтованістю бренду на формування стійких конкурентних переваг через досягнення синергійного ефекту при формуванні виробничо-торговельного ланцюга.

Безперервність передбачає адаптивний характер брендингу, спрямований на постійне вдосконалювання його процесу, омолодження бренду та ребрендинг.

Етапність дозволяє здійснювати брендинг послідовно, а відповідно, контролювано.

Циклічність, пов'язана з етапністю життєвого циклу бренду і підприємств-учасників виробничо-торговельного ланцюга.

Дискретність означає розчленованість описаного процесу брендингу на окремі кроки (акти), можливість виконання яких не викликає сумніву.

Ієрархічність і послідовність операцій визначається стратегічним спрямуванням брендингової діяльності на підприємстві.

Для запобігання конфліктів у середині виробничо-торговельного ланцюга, пропонується формувати механізм брендингу через уніфікацію термінологічної бази; процесів планування; баз даних для стратегічного аналізу; баз стратегічних моделей і програм.

Пропонований підхід реалізується за допомогою відповідного механізму брендингу, а реалізація цього механізму дозволяє вирішити комплекс завдань щодо визначення конкретного виду брендингу для того чи іншого виду виробничо-торговельного ланцюга.

Застосування цього підходу дозволяє враховувати взаємозв'язок і взаємний вплив виробничої і торговельної діяльності та отримувати синергійний ефект від застосування брендингу впродовж всього виробничо-торговельного ланцюга (рис.1).

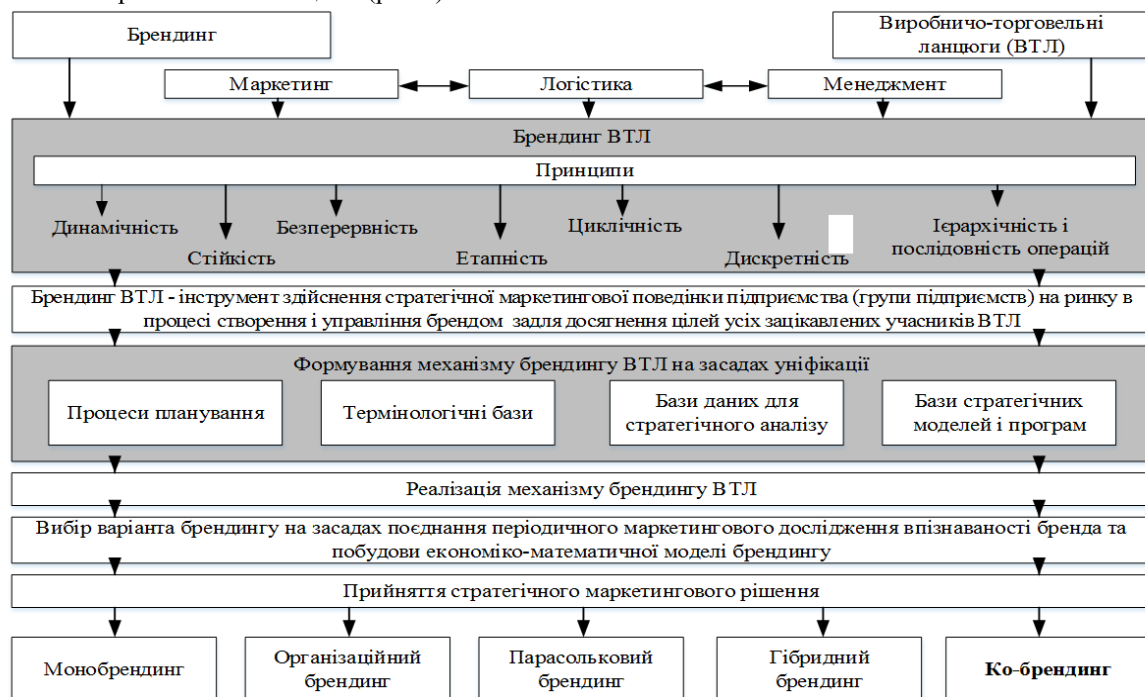


Рис. 1. Комплексний підхід до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах\*

\*запропоновано автором

Адаптувавши погляди науковців [6] стосовно виробничо-торговельного ланцюга, можна стверджувати, що синергійний ефект у виробничо-торговельних ланцюгах виникає як ефект взаємного посилення зв'язків його елементів при їх спільних діях, а наявність у ВТЛ інтегрованої системи потокових процесів є важливою умовою для підприємств-учасників щодо створення «синергійного портфелю», який слугує для послаблення негативних впливів зовнішнього середовища та запобігання виникнення ризиків усередині ланцюга.

Синергійний ефект у виробничо-торговельних ланцюгах виникає завдяки зменшенню внутрішньої та зовнішньої невизначеності за рахунок підсилення еластичності або гнучкості, що залежить як від його учасників, так і відносин між ними. На думку М. Васелевського, на характер зв'язків у логістичних ланцюгах істотно впливають так звані логістичні точки перетину, головними причинами виникнення яких є спеціалізація головних функцій підприємства, а також сегментування сфер компетенцій і відповідальності, яка сприяє виникненню часткових інтересів і дисфункціональних часткових конфліктів. Це є притаманним і для виробничо-торговельних ланцюгів.

Як вважає М. Васелевський, «точки перетину призводять до збитків, вищих порівняно з можливими витратами у разі оптимальних рішень у межах інтеграції, тому принциповим способом зменшення цього впливу на ефективність переміщення матеріалів, напівпродуктів і готових виробів є інтеграція» [2].

Базуючись на класифікації складових синергійного ефекту, запропонованій І. Ансоффом [1], який таким чином трактував види / типи синергізму, можемо її розширити і уточнити стосовно брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах за рахунок введення компетентнісного синергійного ефекту:

- торговельний синергійний ефект або синергізм продажів має місце, якщо товари постачаються за однаковими каналами розподілу, а керівництво процесом продажів відбувається з єдиного центру;
- операційний синергійний ефект або оперативний синергізм є результатом ефективного використання основних засобів та персоналу, спільного проведення значних закупівель, розподілення накладних витрат;
- інвестиційний синергійний ефект або інвестиційний синергізм є результатом спільного використання виробничих потужностей, загальних запасів сировини, обладнання, логістичних каналів, досліджень та розробок одного продукту з іншим, загальної технологічної бази;
- управлінський синергійний ефект або синергізм менеджменту виникає при вирішенні стратегічних, організаційних, операційних проблем як позитивний результативний ефект управління ВТЛ;
- компетентнісний синергійний ефект виникає в процесі взаємодії всіх учасників ланцюга і полягає в обміні досвідом та набутими знаннями.

Таким чином, синергійний ефект у виробничо-торговельному ланцюгу виникає як ефект взаємного посилення конкурентних позицій його учасників при їх спільній брендинговій діяльності, а наявність у виробничо-торговельних ланцюгах інтегрованої системи потокових процесів вважається важливою умовою для підприємств-учасників щодо створення «синергійного портфелю», який слугує для послаблення негативних впливів зовнішнього середовища.

**Висновки і перспективи досліджень.** Сформовано комплексний підхід до побудови механізму брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах, який базується на формуванні уніфікованих для всіх ринків і виробів процесу планування, термінологічної бази, структури даних для стратегічного аналізу, стратегічних моделей і програм. Застосування комплексного підходу дозволяє враховувати взаємозв'язок і взаємний вплив виробничої і торговельної діяльності та отримувати синергійний ефект від застосування брендингу впродовж всього виробничо-торговельного ланцюга.

#### Література

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф ; [сокр. пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Васелевський М. Ланцюг поставок продукції промислових підприємств: формування та системи забезпечення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.04 / М. Василевський ; НУ «Львівська політехніка». – Львів, 2012. – 42 с.
3. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер ; пер. з англ. О. В. Виноградовой ; под общ. ред. В. Н. Домнина, 2007. – 448 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 816 с.
5. Ларіна Я. С. Брендінг як метод забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Я. С. Ларіна // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – № 1(123). – С. 15–20.
6. Чухрай Н. І., Матвій С. І. Перепроєктування логістичних бізнес-процесів у ланцюгах поставок / Н. І. Чухрай, С. І. Матвій // Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика». – 2014. – № 811. – С. 403–414.

#### Література

1. Ansoff Y. Stratehicheskoe upravlenye / Y. Ansoff ; [sokr. per. s anhl.]. – М. : Ekonomyka, 1989. – 519 s.
2. Vaselevs"kyj M. Lancyuh postavok produkciyi promyslovyx pidpryyemstv: formuvannya ta systemy zabezpechennya : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya d-ra ekon. nauk : 08.00.04 / M. Vasylevs"kyj ; NU «L"vivs"ka politexnika». – L"viv, 2012. – 42 s.
3. Kapferer Zh.-N. Brend navsehda: sozdanye, razvitye, podderzhka cennosty brenda / Zh.-N. Kapferer ; per. z anhl. O. V. Vynogradovoyi ; pod obshh. red. V. N. Domnyna, 2007. – 448 s.
4. Kotler F. Marketynh menedzhment / F. Kotler, K. L. Keller. – 12-e yzd. – SPb. : Pyter, 2006. – 816 s.
5. Larina Ya. S. Brendynh yak metod zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / Ya. S. Larina // Social"no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. – 2017. – № 1(123). – S. 15–20.
6. Chuxraj N. I., Matvij S. I. Pereproektuvannya lohistychnyx biznes-procesiv u lancyuhax postavok / N. I. Chuxraj, S. I. Matvij // Visnyk NU «L"vivs"ka politexnika» «Lohistyka». – 2014. – № 811. – S. 403–414.

УДК 331.108

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-295-299

ЛЕСЬКОВА С. В.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті обґрунтовано необхідність управління розвитком персоналу торговельних підприємств в сучасних умовах господарювання. Окреслено роль розвитку персоналу в системі управління персоналом підприємства. Встановлено, що розвиток персоналу виконує відтворювальну функцію управління персоналом. Розглянуто концептуальні підходи до управління розвитком персоналу такі як системний і процесний. Систематизовано і проведено аналіз існуючих концепцій управління персоналом у контексті розвитку персоналу. Виокремлено основні ідеї, принципи і теорії в межах концепцій управління персоналом. Розмежовано поняття «розвиток персоналу», «професійний розвиток персоналу», «професійне навчання персоналу». Проведено моніторинг діючих законів та підзаконних актів, які регламентують питання розвитку персоналу підприємств України. Показано, що законодавством передбачено обов'язок роботодавця щодо професійного розвитку персоналу і його навчання. Підкреслено, що динамічні зміни у зовнішньому середовищі підприємства вимагають від сучасних підприємств організувати безперервне навчання персоналу, яке має бути спрямоване як на його професійний, так і на загальний розвиток.*

*Ключові слова: розвиток персоналу, професійний розвиток персоналу, концепції управління персоналом*

LESKOVA S.

Khmelnitsky Cooperative Trade and Economic Institute

## CONCEPTUAL APPROACHES TO MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF STAFF OF TRADE ENTERPRISES

*The article substantiates the necessity of staff development management of trade enterprises in modern conditions of housekeeping. The role of personnel development in the personnel management system of the enterprise is outlined. Staff development has been found to perform the reproductive function of personnel management. Conceptual approaches to personnel development management such as system and process are considered. The analysis of existing concepts of personnel management in the context of staff development is systematized and conducted. The basic ideas, principles and theories within the concepts of personnel management are highlighted. It is established that the development of personnel as a necessary component of the personnel management system began to be considered by representatives of the school of behavioral sciences, in particular provided by D. McClelland who initiated the concept of competence. The concepts of "personnel development", "professional development of personnel", "professional training of personnel" are delineated. The existing laws and by-laws which regulate the development of Ukrainian enterprises personnel have been monitored. It is established that the Law of Ukraine "On Education" defines the concept of "continuous professional development" as a continuous process of education and improvement of professional competencies of specialists after obtaining higher and / or postgraduate education. It is shown that the Law of Ukraine "On Professional Development of Employees" and "Regulations on the Professional Training of Workers in Production" consider the concept of vocational training from the point of view of personnel management in order to ensure its professional development and increase productivity. It is established that the Law of Ukraine "On Employment of Population" considers vocational training as a necessary condition for ensuring an appropriate level of professional qualification of an employee for professional activity and competitiveness in the labor market. It is emphasized that dynamic changes in the external environment of the enterprise require modern enterprises to organize continuous training of personnel, which should be aimed at both its professional and general development.*

*Key words: personnel development, professional staff development, personnel management concepts.*

**Постановка проблеми.** Сучасні вітчизняні торговельні підприємства функціонують в нестабільному зовнішньому середовищі, для якого є характерним стрімкий розвиток науково-технічного прогресу і жорсткі умови конкуренції. Успішне і конкурентоспроможне підприємство відрізняється від інших, перш за все, рівнем розвитку персоналу, який виступає одним із основних видів ресурсів підприємства і поряд з іншими ресурсами потребує постійного удосконалення. Важливість постійного розвитку персоналу для торговельного підприємства пояснюється тим, що розвиток науково-технічного прогресу веде до швидкого знецінення знань і «старіння» навичок працівників. Тому керівництву підприємства необхідно створити систему управління розвитком персоналу, яка дозволить йому безперервно розвиватися, здобувати нові компетентності. Проблема створення ефективної системи управління розвитком персоналу на вітчизняних торговельних підприємствах є актуальною в сучасних умовах господарювання і потребує дослідження теоретичних підходів у даному питанні.

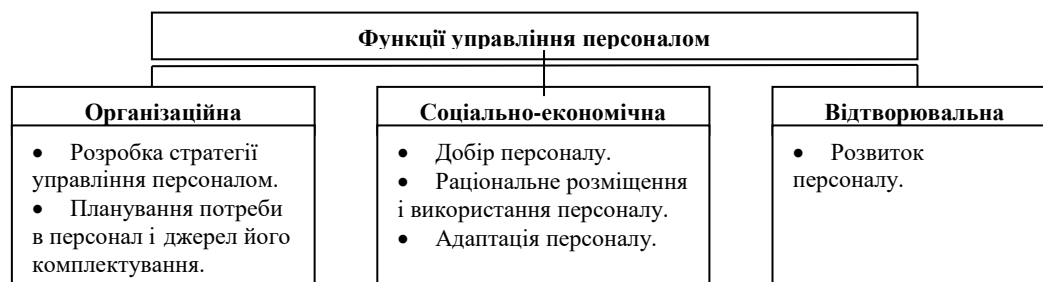
**Аналіз останніх джерел.** Фундаментальні дослідження з питань управління розвитком персоналу у різних сферах економічної діяльності висвітлені у наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених: М. Армстронга, П. Сенге, Р. Блейка, О. Грішнєвої, П. Друкера, Т. Збрицької, О. Кузьміна, В. Савченко, В. Стадник та ін.

Не зважаючи на значну кількість теоретико-прикладних досліджень потребує вирішення питання створення ефективної системи управління розвитком персоналу на вітчизняних торговельних підприємствах в сучасних умовах господарювання. Тому це питання потребує подальших досліджень.

**Метою роботи** є дослідження концептуальних підходів до розвитку персоналу та їх аналіз у контексті можливості застосування на сучасних торговельних підприємствах.

**Виклад основного матеріалу.** Система управління розвитком персоналу підприємства передбачає сукупність методів управління, спрямованих на виявлення та розкриття потенційних можливостей працівників на основі розширення компетенцій, удосконалення загальних і професійних компетентностей, підвищення якісних характеристик персоналу з метою досягнення високого рівня розвитку підприємства та його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку [9, с. 196].

Розвиток персоналу є однією із найважливіших складових системи управління персоналом. з метою окреслення ролі розвитку персоналу в управлінні персоналом підприємства розглянемо її як складову системи управління персоналом (рис. 1).



**Рис.1 Основні функції системи управління персоналом**

(сформовано на основі [7])

Як бачимо на рис.1 розвиток персоналу є необхідною складовою управління будь-якого підприємства і виконує відтворювальну функцію, яка поряд з організаційною і соціально-економічною функціями входять до системи управління персоналом.

Аналіз наукових досліджень, присвячених розвитку теорії управління, дозволяє зробити висновок, що ставлення до розвитку персоналу як необхідної складової системи управління персоналом еволюціонувало разом із формування наукових підходів до управління персоналом як науки. Тому необхідно прослідкувати еволюцію концепцій управління персоналом, які розвивалися поряд із різними школами управління. Досліджуючи дане питання можна стверджувати, що протягом часу роль людини на підприємстві істотно змінювалася і, відповідно, розвивалися й змінювалися концепції управління персоналом (табл.1)

Досліджуючи еволюцію підходів та концепцій управління персоналом можна побачити свідчення переосмислення ролі людини у бізнес-процесі підприємства, зростання ролі розвитку персоналу, а також ролі особистості працівника з особистими потребами, здібностями, навичками, які визначають його трудову поведінку на підприємстві. Розвиток персоналу як необхідна складова системи управління персоналом почав розглядатися представниками школи поведінкових наук, зокрема, Д. Мак-Клелландом була започаткована концепція компетентності. Він запропонував у відборі персоналу використовувати компетентності як більш показовий критерій відповідності службовим обов'язкам і професійній придатності. Вчений вважав, що компетентності можна розвивати з допомогою навчання і тренінгів. Розвиток концепції компетентності продовжили представники компетентісно-орієнтованого підходу до управління персоналом Р. Бояцис, Л. Спенсер, С. Спенсер, М. Армстронг.

На сьогодні в управлінні розвитком персоналу можна виділити системний і процесний підходи. Як приклад системного підходу до розвитку персоналу можна привести визначення шведського науковця Т. Норберта, який під розвитком персоналу розуміє «цілеспрямований комплекс інформаційних, освітніх та прив'язаних до конкретних робочих місць елементів, які сприяють підвищенню кваліфікації працівників даного підприємства у відповідності із завданнями розвитку самого підприємства і потенціалом та нахилами співробітників» [11, с. 196].

Процесний підхід можна показати на прикладі визначення О. Морозова, який трактує поняття «розвиток персоналу» як «безперервний процес удосконалення якісних характеристик працівників з метою забезпечення їх гармонійного розвитку і підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому в коротко- та довгостроковій перспективі» [10, с. 2].

Деякі науковці вважають, що до «розвитку персоналу» входить широкий спектр заходів, а саме: професійне навчання, перепідготовка, підвищення кваліфікації, планування кар'єри, адаптацію на виробництві та інше. Вітчизняний науковець В. Савченко вважає, що «розвиток персоналу – це системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву кадрів та вдосконалення соціальної структури персоналу» [14, с. 17]. О. Гетьман підкреслює, що «розвиток персоналу є каталізатором безперервного організаційного і особистісного росту працівників, шляхом удосконалення їх компетенцій розширення обсягу знань, підвищення компетентності, здатності до навчання, інтересу до змісту праці. При цьому, основною метою розвитку персоналу вважається збільшення «віддачі» кожного



працівника, структурного підрозділу та підприємства загалом за рахунок «підкріпленої і вмотивованої» лояльності працівників» [7, с. 99].

Таблиця 1

## Розвиток персоналу у контексті основних концепцій і теорій управління

Концепції управління персоналом	Представники	Основні ідеї, принципи, теорії
Концепція використання трудових ресурсів	Ф. Тейлор, Г. Гант, Ф. Гілбрет, Л. Гілбрет	Основні ідеї: - раціоналізація й стандартизація трудових операцій; - максимальна ефективність використання робочої сили; - персональна оцінка й оплата за результатами праці [6]. Принципи наукового управління: 1. Науковий підхід до виконання елементів роботи. 2. Науковий підхід до відбору, навчання і тренування персоналу. 3. Кооперація з працівниками. 4. Розподіл відповідальності між менеджерами і працівниками.
Концепція управління персоналом	А. Файоль, Г. Емерсон, М. Вебер, Л. Урвік, Л. Г'юлік	Основні ідеї: Управління – особливий вид професійної діяльності, який включає планування, організацію, координацію й контроль. Універсальні принципи управління: 1. Розподіл праці. 2. Повноваження і відповідальність. 3. Дисципліна. 4. Єдиначальність. 5. Єдність керівного центру. 6. Централізація влади. 7. Підпорядкованість індивідуальних інтересів загальним. 8. Винагорода. 9. Ієрархія. 10. Порядок. 11. Справедливість. 12. Стабільність персоналу. 13. Ініціатива. 14. Корпоративний дух.
Концепція стосунків людських	Е. Мейо, М.П. Фолетт, Г. Мюнстерберг	Основні ідеї: Активізація досліджень людського фактору на підприємстві. Виявлення впливу суб'єктивного відношення працівника до роботи та виробництва на зростання продуктивності праці. Створення основ поєднання формальної та неформальної влади на підприємстві.
Концепція поведінкових наук	А. Маслоу, Д. Мак-Клеlland, К. Альдерфер, В. Врум	Основні ідеї: Позитивне ставлення керівників до підлеглих, здоровий психологічний клімат і задоволення потреб є головними факторами підвищення продуктивності праці. Теорії мотивації: Теорія ієрархії потреб. Теорія мотивації праці (досягнень). Теорія ЖВЗ (життєві потреби, стосунки, зростання) Теорія очікувань. Д. Мак-Клеllandом започаткована концепція компетентності.
Концепція управління людськими ресурсами	Д. Макгрегор, Ф. Герцберг	Основні ідеї: Люди наділені інтелектом, тому їх реакція на управління (зовнішній вплив) є осмисленою, а не механічною. Процес взаємодії між суб'єктом і об'єктом управління є двостороннім. Внаслідок володіння IQ людина здатна до постійного вдосконалення і розвитку. Люди вибирають певний вид діяльності, усвідомлено ставлячи перед собою певні цілі, а суб'єкт управління має створити умови для реалізації цих цілей. Людські ресурси є конкретним багатством підприємства. Теорії мотивації: Теорія «Х», теорія «У». Двох факторна теорія мотивації: мотиваційні і гігієнічні фактори мотивації.
Компетентісно-орієнтований підхід	Р. Боянц, Л. Спенсер, С. Спенсер, М. Армстронг	Основні ідеї: Взаємозалежність стратегічного управління й особистісних та психологічних установок і здібностей персоналу. Компетентісний підхід використовується як інструмент управління персоналом, що дає чітке визначення професійних і поведінкових вимог, які пред'являються до працівника залежно від його професії, посади і виконуваних завдань. Застосування моделі компетентності під час відбору персоналу та оцінювання з метою планування його розвитку.
Концепція безперервного навчання	Японська система менеджменту	Основні ідеї: Безперервне навчання призводить до постійного вдосконалення майстерності. Безперервна освіта є частиною процесу праці, де кожен працівник витрачає приблизно 8 год. в тиждень, у тому числі 4 год. за рахунок робочого часу і 4 год. - за рахунок особистого. Ротація персоналу, яка полягає в тому, що приблизно через кожні 3-5 років здійснюється перенавчання персоналу новим спеціальностям.
Теорія інвестування в людський капітал	М. Беккер, Дж. Марсер, Т. Шульц	Основні ідеї: Особливе місце працівника серед різних видів капіталу: фінансовий – гроші; фізичний – техніка, обладнання, сировина; людський – знання, навички, професійні здібності працівника. Інвестиції в розвиток персоналу є найефективнішими капіталовкладеннями у розвиток підприємства – економічна віддача витрат на навчання працівників набагато перевищує інвестиції в нову техніку, обладнання.
Концепція організації, що навчається	П. Сенге	Основні ідеї: Підприємства (організації) сприяють навчанню усіх своїх працівників та безперервно трансформуються як єдине ціле, а також володіють найвищими динамічними можливостями [13]. «Сьогодні неможливо все прорахувати на рівні керівництва і запропонувати працівникам виконувати розпорядження «головного стратега». Майбутнє за підприємствами, які розуміють, як використовувати зацікавленість працівників і їх здібності до навчання на всіх рівнях підприємства»

(складено на основі [6; 13])

Ю. Пługина стверджує, що розвиток персоналу необхідний для зростання загального інтелектуального рівня розвитку людини, сприяє ерудицію, коло спілкування, тобто сприяє підвищенню конкурентоспроможності працівника, що, як наслідок, є чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства, на якому він працює, а також зростання рівня конкурентоспроможності держави загалом [12, с. 324].

Деякі науковці розглядають розвиток персоналу лише з позиції професійного розвитку. До прикладу, на думку А. Ткаченко і К. Марченко професійний розвиток персоналу – це цілеспрямований та систематичний вплив на працівників шляхом професійного навчання впродовж їх трудової діяльності з метою досягнення високої ефективності виробництва, підвищення конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпечення виконання працівниками нових, більш складних, завдань на основі максимально можливого використання їх здібностей [15, с. 194]

О. Баніт стверджує, що професійний розвиток персоналу є складовою неперервної освіти дорослих, а завданням підприємства є створення сприятливого навчального середовища для своїх працівників, яке сприятиме наданню необхідних освітніх можливостей для своїх працівників і для їх неперервного навчання. На думку науковця, завдяки створеним умовам, працівник буде зацікавлений у своєму професійному та особистісному розвитку [5, с. 170]

З метою більш ґрунтовного дослідження поняття розвиток персоналу вважаємо за необхідне здійснити огляд законів і підзаконних актів з даного питання (табл.2).

Таблиця 2

### Огляд нормативних документів, які визначають поняття «розвиток персоналу»

Назва нормативного документа	Окремі положення нормативних документів щодо професійного розвитку
Закон України «Про освіту» № 2145-VIII від 05.09.2017 р. [1]	Стаття 18. Безперервний професійний розвиток - це безперервний процес навчання та вдосконалення професійних компетентностей фахівців після здобуття вищої та/або післядипломної освіти, що дає змогу фахівцю підтримувати або покращувати стандарти професійної діяльності і триває впродовж усього періоду його професійної діяльності [1].
Закон України «Про професійний розвиток працівників» № 4312-VI від 12.01.2012 р. [2]	Стаття 1. Професійне навчання працівників - процес цілеспрямованого формування у працівників спеціальних знань, розвиток необхідних навичок та вмінь, що дають змогу підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності, що включає первинну професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб виробництва [2].
Закон України «Про зайнятість населення» № 5067-VI від 05.07.2012 р. [3]	Стаття 1. Професійне навчання - набуття та удосконалення професійних знань, вмінь та навичок особи відповідно до її здібностей, що забезпечує відповідний рівень професійної кваліфікації для професійної діяльності та конкурентоспроможності на ринку праці [3].
Положення про професійне навчання працівників на виробництві, затверджене наказом Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України № 127/151 від 26.03.2001 [4]	Професійне навчання працівників на виробництві спрямоване на підвищення якості професійного складу працівників роботодавців різної форми власності та підпорядкування, формування у них високого професіоналізму, майстерності, сучасного економічного мислення, вміння працювати в нових економічних умовах та забезпечення на цій основі високої продуктивної праці та ефективної зайнятості. 1.4. Професійне навчання працівників роботодавця носить безперервний характер і проводиться протягом їх трудової діяльності з метою поступового розширення та поглиблення їх знань, вмінь та навичок відповідно до вимог виробництва [4].

Як бачимо в табл. 1 положення законів і законодавчих актів ототожнюють поняття розвитку персоналу та професійного навчання працівників. Законом України «Про освіту» визначається поняття «безперервний професійний розвиток» як систематичний процес навчання та вдосконалення професійних компетентностей фахівців після здобуття вищої та/або післядипломної освіти. Закон України «Про професійний розвиток працівників» та «Положення про професійне навчання працівників на виробництві» розглядають поняття професійного навчання з позиції управління і дають визначення поняття професійне навчання як процес формування у працівників спеціальних знань, розвиток необхідних навичок та вмінь з метою підвищення продуктивності праці. З позиції працівника як суб'єкта розвитку персоналу розглядає дане поняття Закон України «Про зайнятість населення», який визначає, що професійне навчання необхідне для забезпечення відповідного рівня професійної кваліфікації для професійної діяльності та конкурентоспроможності на ринку праці.

Здійснивши аналіз нормативних документів можна стверджувати, що держава дбає про професійний розвиток персоналу і зобов'язує роботодавця забезпечити відповідні умови для цього. До прикладу, в частині 3 статті 34 Закону України «Про зайнятість населення» визначено обов'язок роботодавця організувати для працівників професійне навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації, з метою підвищення їх конкурентоспроможності на ринку праці відповідно до вимог сучасного виробництва та сфери послуг [3]. Як продовження цих вимог, стаття 4 Закону України «Про професійний розвиток працівників» визначає основні напрями діяльності роботодавців у сфері професійного розвитку працівників, а стаття 6 даного закону роз'яснює, що організація професійного навчання працівників здійснюється роботодавцями з урахуванням потреб власної господарської або іншої діяльності відповідно до вимог законодавства [2].

У зв'язку із динамічними змінами у зовнішньому середовищі підприємства, стрімким розвитком науково-технічного прогресу, коли знання і навички працівників дуже швидко застарівають, ми вважаємо за необхідне стверджувати, що для ефективної діяльності підприємства потрібно дбати не лише про професійний розвиток персоналу, але й про його загальний розвиток, який є не менш важливим. Загальний розвиток персоналу передбачає формування та вдосконалення у працівників підприємства навичок, не пов'язаних безпосередньо з їх професійною діяльністю (soft skills). Дослідження сучасних учених щодо визначення ключових навичок працівників, необхідних для підвищення ефективності і продуктивності праці встановили, що в сучасних умовах є значна потреба у «м'яких» неспеціалізованих навичках, що відповідають за успішну участь у процесі роботи, можливість виконувати нестандартні завдання.

**Висновки.** В умовах динамічного розвитку науково-технічного прогресу, в яких функціонують сучасні вітчизняні торговельні підприємства, компетентний персонал є важливою конкурентною перевагою. З метою забезпечення відповідності знань, навичок працівників вимогам сучасності керівництву необхідно організувати систему управління розвитком персоналу, зорієнтовану на безперервний його розвиток. Для побудови ефективної системи управління розвитком персоналу керівництву сучасних торговельних підприємств необхідно керуватися принципами і методами, визначеними у концепціях управління персоналом, зокрема, концепції компетентності, концепції безперервного навчання, концепції організації, що навчається і теорії інвестування в людський капітал.

### Література

1. Про освіту [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР України від 05.09.2017 № 2145-VIII] // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, – № 38-39, – ст. 380 – Режим доступу: : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Про професійний розвиток працівників [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР України від 12.01.2012 № 4312-VI] // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2012, № 39, ст.462 . – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17>
3. Про зайнятість населення [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР України від 05.07.2012 № 5067-VI] // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 24, ст.243 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
4. Положення про професійне навчання працівників на виробництві [Електронний ресурс] : положення [затверджене наказом Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України № 127/151 від 26.03.2001 р.] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0315-01>
5. Баніт О. В. Професійний розвиток персоналу в системі неперервної освіти дорослих / О. В. Баніт // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: Педагогіка. – 2015. – № 2(15). С. 169-176 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://Nvmdpu\\_2015\\_2\\_29.pdf](http://Nvmdpu_2015_2_29.pdf)
6. Бутенко І. Еволюція й генезис основних концепцій управління персоналом / І. Бутенко // Вісник економічної науки України. – 2013. – № 2. – С. 20-25.
7. Войтко С.В., Мельниченко А.А. Управління трудовими ресурсами : навч. посібник / С.В. Войтко, А.А. Мельниченко // К. : ТОВ НВП «Інтерсервіс», 2016. – 160 с.
8. Гетьман О. О. Розвиток персоналу в забезпеченні безпеки ринку праці / О. Гетьман, А. Плясун // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2016. – №1(29) – С. 97-105.
9. Гугул О. Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу / О. Я. Гугул // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С. 194-198.
10. Морозов О.Ф. Система управління розвитком персоналу [Електронний ресурс] / О. Ф. Морозов // Ефективна економіка. – 2017. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5372>.
11. Норберт Т. Развитие персонала как инструмент управления предприятием / Т.Норберт // Проблемы теории и практики управления. – 1993. – № 2. – С. 69-74.
12. Плугіна Ю. А. Розвиток персоналу підприємства: підходи, сутність, моделі / Ю. А. Плугіна // Економіка підприємства: Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С. 323-327.
13. Питер М. Сенге. Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации / П. Сенге // пер. с англ. ООО «Манн, Иванов и Фебер». – 2018. – 497 с.
14. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. – С. 17.
15. Ткаченко А. М. Професійний розвиток персоналу – нагальне завдання сьогодення / А. М. Ткаченко, К. А. Марченко // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1(35). – С. 194-197.

### References

1. On Education [Elektronnyi resource]: Law of Ukraine: [adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine dated 05.09.2017 No. 2145-VIII] // Verkhovna Rada of Ukraine (VVR), 2017, - No. 38-39, - Art. 380 - Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. On Professional Development of Employees [Elektronnyi resource]: Law of Ukraine: [adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine dated 12.01.2012 No. 4312-VI] // Verkhovna Rada of Ukraine (VVR), 2012, No. 39, p. - Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17>
3. On employment of the population [Elektronnyi resource]: Law of Ukraine: [adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine dated 05.07.2012 No. 5067-VI] // Verkhovna Rada of Ukraine (VVR), 2013, No. 24, Article 243 [Electronic resource]. - Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
4. Regulations on vocational training of workers in production [Elektronnyi resource]: provision [approved by order of the Ministry of Labor and Social Policy of Ukraine, Ministry of Education and Science of Ukraine No. 127/151 of 26.03.2001] - Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0315-01>
5. Banit O. V. Professional retraining for personnel in the system of continuous interruption of growth / O. V. Banit // Science newsletter of the Melodopolsky sovereign pedagogical university. Seriya: Pedagogy. – 2015. – No. 2 (15). – S. 169-176.
6. Butenko I. Evolution and genesis of the basic concepts of personnel management / I. Butenko // News of Economic Science of Ukraine. – 2013. – No. 2. – S. 20-25.
7. Voitko S.V., Melnichenko A.A. Human Resource Management: Nav. posibnik / S.V. Voitko, A.A. Melnichenko // K.: TOV NVP "Interservis", 2016. – 160 p. – 160 s.
8. Getman O. O. Rosetok staff in a secure safety-free market prazi / O. Getman, A. Plyasun // News of the Zaporizhzhya National University. Economic science. – 2016. – No. 1 (29) – S. 97-105.
9. Gugul O. Ya. Theoretical ambush to manage staff distribution / O. Ya. Gugul // All-Ukrainian science-and-virological journal: Innovation Economics. – 2013. – No. 6. – S. 194-198.
10. Morozov O.F. Personnel Management System / O.F. Morozov // Effective Economy. 2017. – No.1 [Elektronnyi resource]. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5372>.
11. Norbert T. Development of personnel as a tool for enterprise management / T. Norbert // Problems of theory and practice of management. – 1993. – No. 2. – S. 69-74.
12. Plugin Yu. A. Rozvitok to the personnel of the enterprise: income, daily, model / Yu. A. Plugin // Economy of the economy: News of economy, transport and industry. – 2013. – No. 42. – S. 323-327.
13. Peter M. Senge. The fifth discipline. Art and practice of a learning organization / P. Senge // Per. from English LLC Mann, Ivanov and Feber. – 2018. – 497 s.
14. Savchenko VA Management of personnel development: textbook. manual. – K.: KNEU, 2002. – 351 s.
15. Tkachenko A. M. Professionals' staffing – an arrogant update for the year / A. M. Tkachenko, K. A. Marchenko // Economical newsletter to Donbas. – 2014. – No. 1 (35). – S. 194-197.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018 Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 331.101:005.35

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-300-306

ЛЯШУК К. П.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## РЕАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті досліджено проблематику розвитку соціальної відповідальності, зокрема дослідження концепції корпоративної соціальної стійкості, визначено трактування терміну «сталий розвиток», вивчено основні історичні етапи становлення концепції сталого розвитку від зародження ідеї до усталеної світової концепції. Досліджено процеси запровадження Цілей сталого розвитку в Україні, розглянуто основні вектори руху стратегії сталого розвитку, визначено напрями діяльності у цих векторах.*

*Здійснено аналіз цілей сталого розвитку для України, проаналізовані основні національні завдання для їх досягнення. Зосереджено увагу на основних практиках КСВ вітчизняних підприємств в контексті Цілей сталого розвитку. На підставі аналізу визначено ті цілі, які не охоплені соціальними ініціативами і потребують посиленої уваги з боку підприємств і держави. Визначено позитивний світовий досвід запровадження практик КСВ та окреслені інструменти для підвищення зацікавленості вітчизняними підприємствами у впровадженні практик корпоративної соціальної відповідальності.*

*Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, цілі сталого розвитку, практики КСВ.*

LYASHUK K.

Khmelnitsky Cooperative Trade and Economic Institute

## IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS THROUGH THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF DOMESTIC ENTERPRISES

*Country's sustainable development is associated with its economic growth, harmonious combination of production, reasonable consumption of resources to enable systems to recover.*

*In Ukraine the problem of sustainable development has arisen relatively recently and deals with a number of important issues: improving the competitiveness of domestic production, overcoming social crisis in society, rational allocation of resources, lack of understanding of the complexity of the issue of social responsibility.*

*The article examines the issues of social responsibility development, in particular, the study of the concept of corporate social sustainability, defines the interpretation of the term "sustainable development", examines the main historical stages of the sustainable development conception from the birth of the idea to the established world concept. The processes of implementation of the Sustainable Development Goals in Ukraine are investigated, the main vectors of the Sustainable Development Strategy movement are considered, the directions of activity in these vectors are determined.*

*The Sustainable Development Goals for Ukraine have been analyzed and the main national objectives for their achievement have been examined. The main focus is on CSR practices of domestic enterprises in the context of the Sustainable Development Goals. The analysis identifies those goals that are not covered by social initiatives and that need greater attention from businesses and the state. Positive world experience in implementing CSR practices by leading global enterprises has been identified.*

*The study noted that corporate social responsibility activities have become a significant factor in the economic development of domestic enterprises, and corporate responsibility is not just a responsibility to employees or other enterprises, authorities, local communities, but a separate philosophy for pursuing a harmonious economic, environmental and sustainable as well as social development.*

*Legislative consolidation of social initiatives is a significant step towards achieving the Sustainable Development Goals, but not sufficient enough for their real implementation. Effective mechanisms at the state regulation level are needed to increase the interest of domestic companies in CSR implementation. Such mechanisms may include preferential taxation for companies implementing CSR practices, reducing administrative pressure from government, conducting a large-scale, nationwide campaign to promote social responsibility issues, and creating an appropriate legislative mechanism for CSR implementation.*

*Keywords: corporate social responsibility, sustainable development goals, CSR practices.*

**Постановка проблеми.** Сталий розвиток країни пов'язують з її економічним зростанням, гармонійним поєднанням виробництва, розумним споживанням ресурсів, задля можливості систем до відновлення.

В Україні питання забезпечення сталого розвитку постало відносно недавно і пов'язане із необхідністю вирішення цілого ряду важливих питань: підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, подолання соціальної кризи в суспільстві, раціональний розподіл ресурсів, відсутністю розуміння комплексності питання соціальної відповідальності. З 2015 року вітчизняні підприємства намагаються здійснювати разом з основною діяльністю ще й соціальні проекти в рамках Цілей сталого розвитку, проте більшість з них не до кінця усвідомлює принципи їх запровадження та переваги переходу на інший, якісно новий рівень ведення бізнесу. Дана проблема на наш погляд зумовлює актуальність досліджень у цьому напрямку.

**Аналіз останніх джерел.** Проблематика розвитку соціальної відповідальності, зокрема дослідження концепції корпоративної соціальної стійкості висвітлюється в працях таких провідних зарубіжних науковців, як Дж. Елкінгтон [1], А. Керолл, К. Девіс. Питання корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку досліджував Ю.Бас [2], соціальну відповідальність як елемент сталого розвитку вивчав Д. Баюра [3], І. Лебедев досліджував питання забезпечення сталого розвитку з позиції засад корпоративної соціальної відповідальності [4].

**Аналіз опублікованих досліджень, присвячених даній проблемі,** дає можливість констатувати, що питання реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності вітчизняними компаніями в контексті цілей сталого розвитку вивчено не повністю і потребує подальшого детального розгляду.

**Метою дослідження** є запровадження цілей сталого розвитку в Україні та вивчення основних практик їх реалізації через призму корпоративної соціальної відповідальності.

**Виклад основного матеріалу.** У 1987 році Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй зробила важливу заяву: "Забезпечення сталого розвитку людства – найважливіша проблема, що стоїть перед суспільством". Заява лише утвердила актуальність необхідності обговорення і впровадження концепції сталого розвитку, яка виникла і сформувалася у відповідь на негативні процеси погіршення екологічного стану навколишнього середовища.

Термін "сталий розвиток" вперше прозвучав в 1980 році під час представлення "Всесвітньої стратегії охорони природи" Міжнародним союзом охорони природи і природних ресурсів. У доповіді підкреслювалося, що для стійкого розвитку варто враховувати не тільки економічні аспекти, увагу варто приділяти соціальним і екологічним факторам [5].

Наукове товариство підтримало суспільні ідеї сталого розвитку - Дж. Елкінгтон у своїх наукових доробках досліджував дану проблему і розробив модель, що отримала свою назву як модель потрійного підсумку і позначення ЗР (People, Planet, Profits). В розробленій моделі суть сталого розвитку полягала в поєднанні трьох складових економічної, екологічної та соціальної сфер. Елкінгтон зазначав, що корпоративна стійкість забезпечується не тільки довгостроковим розвитком компанії, а й практичною реалізацією заходів з підвищення життєздатності екосистем, співтовариств та економіки [1, с.92].

Історичні етапи становлення концепції сталого розвитку від зародження ідеї до усталеної світової концепції наведено на рисунку 1.

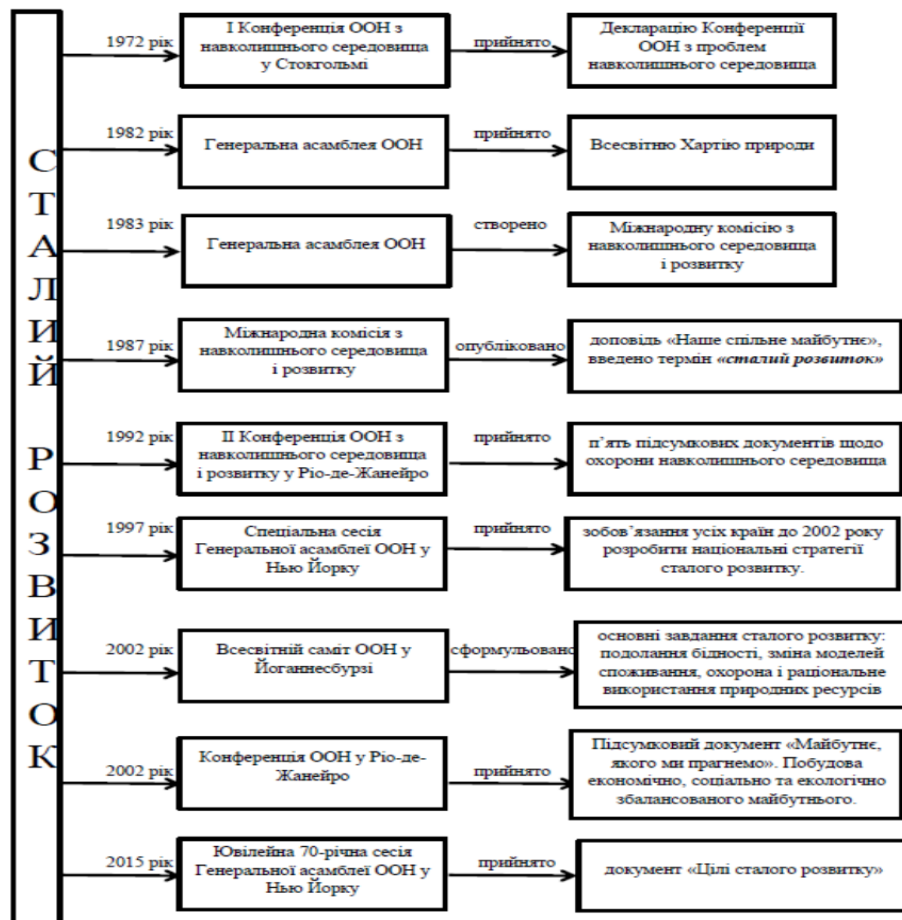


Рис. 1. Історичні етапи виникнення концепції сталого розвитку

Джерело: складено автором за [6].

Активні кроки до впровадження даної концепції розпочалися наприкінці 70-х років минулого століття, коли загострення набули проблеми соціальної справедливості, раціонального розподілу прибутків, зростання бідності та погіршення екології. Свого апогею розвиток концепції досяг у 2015 році у Нью Йорку на ювілейній 70-ти річній сесії Генеральної асамблеї ООН при прийнятті “Цілей сталого розвитку”. Світова спільнота остаточно визнала необхідність гармонійного поєднання економічної, екологічної та суспільної складової.

Україна, як активний член ООН, з врахуванням основного принципу “нікого не залишити осторонь” в 2015 році розвернула вектор соціальної діяльності в напрямку реалізації “Цілей сталого розвитку”. На законодавчому рівні Указом Президента України від 12.01.2015 р. була схвалена Стратегія сталого розвитку “Україна 2020”. Метою стратегії було визначено впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі [7]. Визначено чотири вектори руху задля досягнення цієї Стратегії: вектор руху, вектор розвитку, вектор безпеки та вектор гордості (рис.2).

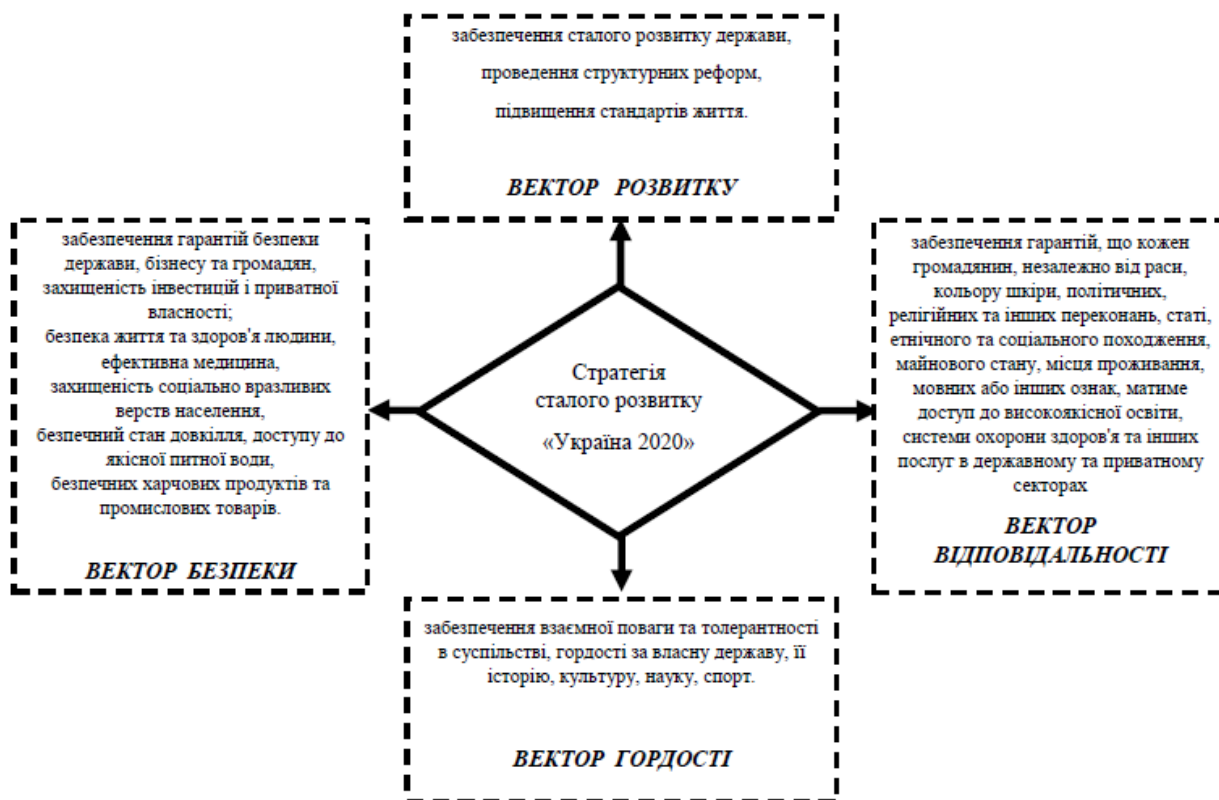


Рис. 2. Вектори руху досягнення стратегії сталого розвитку “Україна 2020”

Джерело: розроблено автором за [7].

Державою на законодавчому рівні визначено актуальність та необхідність просування концепції соціальної відповідальності задля досягнення сталого розвитку. За урядової ініціативи та за підтримки ООН з використанням інформаційних, аналітичних та статистичних матеріалів було розроблено і представлено в 2017 році українським Урядом Національна доповідь “Цілі сталого розвитку: Україна”, яка визначила базові завдання та індикатори розвитку для досягнення цих цілей [8]. Визначено 17 адаптованих для українських реалій цілей та 86 завдань для їх реалізації (табл. 1).

Центр “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності” створено в Україні з метою впровадження якісних та системних змін в державі створено в 2008 році [10]. Пріоритетними напрямками роботи центру є корпоративна соціальна відповідальність в кризові часи, розвиток освіти, соціальна відповідальність державних органів влади і просування України за кордоном. У 2017, 2018 рр. Центр презентував практики КСВ в Україні, які були реалізовані вітчизняними компаніями в рамках досягнення цілей сталого розвитку. Практики представлені в таблиці 1.

За проведеним дослідженням практик КСВ в Україні можемо зробити висновки, що провідні вітчизняні компанії намагаються запроваджувати ініціативи корпоративної соціальної відповідальності спрямовуючи вектор соціальних інвестицій на реалізацію проектів в рамках завдань цілей сталого розвитку. Проте, варто відзначити, що не всі цілі охоплені соціальними ініціативами. Без “уваги” залишаються такі важливі цілі, як Ціль № 1 Подолання бідності, хоча в Україні частка населення, чий середньодушові еквівалентні сукупні витрати є нижчими за прожитковий мінімум на 2015 рік становила 58,3 % (т. з. бідне

населення), це більше половини усього населення [8]. Відсутні ініціативи для реалізації Цілі № 2 Подолання голоду, розвиток сільського господарства, хоча споживання м'яса, молока, фруктів на одну особу на рік є значно нижчими за науково обґрунтовані норми, Цілі № 6 Чиста вода та належні санітарні умови, хоча індикатори визначають, що лише 50% сільського населення має доступ до економічно доступної якісної питної води, і лише 1,9 % сільського населення має доступ до покращення умов санітарії [8]. Не охоплені соціальними ініціативами у 2017-2018 рр. залишаються також цілі № 7, 9 і 14, хоча станом на 2015 рік ми мали дефіцит виробництва електроенергії, великі втрати тепла в тепломережах, значний знос основних засобів транспортного господарства, дефіцит транспортного парку.

Таблиця 1.

## Цілі сталого розвитку: завдання, запроваджені практики

№ цілі	Цілі сталого розвитку		Національні завдання Цілей сталого розвитку	Запроваджені практики корпоративної соціальної відповідальності
	Зміст глобальної цілі	Зміст адаптованої цілі для України		
1	2	3	4	5
Ціль 1	Подолання бідності	Подолання бідності	Скорочення в 4 рази рівня бідності Збільшення охоплення бідного населення адресними програмами соціальної підтримки Підвищення життєстійкості соціально вразливих верств населення	не висвітлювали
Ціль 2	Подолання голоду	Подолання голоду, розвиток сільського господарства	Забезпечення доступності збалансованого харчування Підвищення вдвічі сільськогосподарського господарства Забезпечення створення стійких систем виробництва Зниження волатильності цін на продукти харчування	не висвітлювали
Ціль 3	Міцне здоров'я	Міцне здоров'я і благополуччя	Зниження материнської смертності Мінімізація смертності серед дітей до 5 р. Зниження епідемії ВЛІ/СНІД Зниження передчасної смертності від інфекційних захворювань Знизити на чверть передчасну смертність населення через впровадження інноваційних підходів у діагностиці Знизити рівень отримання тяжких травм і смертності внаслідок ДТП Забезпечення загальної якісної імунізації населення Зниження поширення тубонопаїлії серед населення Здійснення реформування фінансування системи охорони здоров'я	<b>2017 р.</b> Медитація як інструмент впливу на ментальне здоров'я співробітників (ДЕЛОЙТ) Створення мотузкового парку для дітей з інвалідністю (МОНСАНТО) Біг для здоров'я (ФАРМАК) Благодійний проєкт "Янголи Watsons" (WATSONS Україна) <b>2018 р.</b> Лотереї як фундамент розвитку дитячого футболу в Україні (КОМПАНІЯ "М.С.Л.) Давай поборомо рак разом – Допомішка (WATSONS Україна) Корпоративний футбольний турнір "Небесна криниця СUP" (НЕБЕСНА КРИНИЦЯ)
Ціль 4	Якісна освіта	Якісна освіта	Забезпечення доступності якісної шкільної освіти Забезпечення доступності якісного дошкільного розвитку Забезпечення доступності професійної освіти Підвищення якості вищої освіти та забезпечення її тісного зв'язку із наукою Збільшення поширеності серед населення знань і навичок, необхідних для отримання гідної роботи Ліквідація гендерної нерівності серед шкільних учителів Створення у школах сучасних умов навчання, включаючи інклюзивне	<b>2017 р.</b> "Доторкнутися до великого" - ІТ-інновації на допомогу дітям з порушенням зору (ELERS) Профіль ВНЗ – школи (ЕНЕРГОАТОМ) Розкриваємо потенціал майбутньої професії агронома разом (SINGENTA) Профінансування молоді у медіапросторі (1+1 МЕДІА) <b>2018 р.</b> Право на освіту (1+1 МЕДІА) Не варті енергонезалежності (УКРГАЗВИДОБУВАННЯ) ІТ-освіта в сільській місцевості (АСТАРТА) Національні змагання для школярів з моделювання "розумних пристроїв" (ІТ-ІНТЕГРАТОР) Соціальні інвестиції у профінансування майбутнього покоління – проєкт eKids (ЕРАМ) Дитячо-юнацька студія енергетиків – спосіб активації підлітків (ПРИКАРПАТТЯ-ОБЛЕНЕРГО) Спільний освітній проєкт Київстар та Gosamp (КИЇВСТАР)
Ціль 5	Гендерна рівність	Гендерна рівність	Створення умов для ліквідації всіх форм дискримінації жінок і дівчат Зниження рівня гендерно зумовленого та домашнього насильства Заохочення спільної відповідальності за веденням господарства та вихованням дитини Забезпечення рівного представництва на вищих рівнях Розширення доступу населення та послуг з планування сім'ї та зниження рівня підліткової народжуваності Розширення економічних можливостей жінок	<b>2017 р.</b> Краса для всіх (ТОВ "ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА")

1	2	3	4	5
Ціль 6	Чиста вода та належні санітарні умови	Чиста вода та належні санітарні умови	Забезпечення доступності якісних послуг з постачання безпечної питної води, будівництво та реконструкція систем централізованого питного водопостачання Забезпечення доступності сучасних систем водовідведення, будівництво та реконструкція водозабірних та каналізаційних очисних споруд Зменшення обсягів скидання неочищених стічних вод Підвищення ефективності водокористування Забезпечення впровадження інтегрованого управління водними ресурсами	не висвітлювали
Ціль 7	Відновлювальна енергія	Доступна та чиста енергія	Розширення інфраструктури та модернізація мереж для забезпечення надійного та сталого енергопостачання Забезпечення диверсифікації постачання первинних енергетичних ресурсів Збільшення частки енергії з відновлювальних джерел у національному енергетичному балансі Підвищення енергоефективності економіки	не висвітлювали
Ціль 8	Гідна праця та економічне зростання	Гідна праця та економічне зростання	Забезпечення стійкого зростання ВВП на основі модернізації виробництва Підвищення ефективності виробництва на засадах сталого розвитку Підвищення рівня зайнятості населення Скорочення частки молоді, яка не працює і не навчається Сприяння забезпеченню надійних та безпечних умов праці для всіх працюючих Створення інституційних та фінансових можливостей для самореалізації потенціалу економічно активної частини населення	Програма працевлаштування студентів та випускників ВНЗ "Абсальвент" (КРЕДОБАНК) Село: кроки до розвитку (МХП) Школа бізнесу "НОВА ПОШТА" (НОВА ПОШТА) Комплексний запуск КСВ (DEC) Потрібна молодь в Україні (NESTLE) <b>2018 р.</b> Будуємо організацію, об'єднуючи цінностями (ДЕЛОЙТ) Корпоративна програма Health Matters (SOFTSERVE)
Ціль 9	Інновації та інфраструктура	Промисловість, інновації та інфраструктура	Розвиток якісної, надійної сталої та доступної інфраструктури Забезпечення розширення використання електротранспорту Забезпечення доступності дорожньо-транспортної інфраструктури Сприяння прискореному розвитку високо- та середньовисокотехнологічних секторів переробної промисловості Створення фінансової та інституційної системи, що забезпечуватимуть розвиток наукових досліджень Забезпечення доступності інтернету, особливо у сільській місцевості Забезпечення збільшення участі молоді у наукових дослідженнях	не висвітлювали
Ціль 10	Скорочення нерівності	Скорочення нерівності	Забезпечення прискорення зростання доходів найменш забезпечених верств населення Запобігання проявам дискримінації в суспільстві Забезпечення доступності послуг соціальної сфери Проведення політики оплати праці на засадах рівності та справедливості Проведення реформи пенсійного страхування	<b>2017 р.</b> Підтримання працевлаштування людей з ментальними порушеннями (АШАН РІТЕЙЛ) #YOUTHENPOWERED – програма розвитку молоді (КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИС УКРАЇНА) Збір вживаних речей для малозабезпечених у мережі АЗК "ОККО" (КОНЦЕРН ГАЛНАФТОГАЗ) Мережа точок продажу артезіанської бутильованої води (ТОВ "НЕБЕСНА КРИНИЦЯ ЛТД") <b>2018 р.</b> Як digital-технології роблять світ доступним для нечуючих (АШАН) Пандус для суспільства (ОЩАДБАНК)
Ціль 11	Сталий розвиток міст та спільнот	Сталий розвиток міст та громад	Забезпечення доступності житла Забезпечення розвитку поселень і територій виключно на засадах комплексного планування та управління Забезпечення збереження культурної та природної спадщини Забезпечення своєчасного оповіщення населення про надзвичайні ситуації Зменшення негативного впливу забруднюючих речовин Забезпечення розробки та реалізації стратегії місцевого розвитку	<b>2017 р.</b> Підтримка конкурсу МУХІ (молоді українські художники) (АЕQUD) Лотерея – джерело розвитку культури у цивілізованих країнах (КОМПАНІЯ "М.С.Л.) Партнерство з громадами – запорука сталого розвитку (АСТАРТА) <b>2018 р.</b> Підтримка місцевих громад (ЕНЕРГОАТОМ) Благаю пристебнісь! Безпека на дорозі! (ОККО)
Ціль 12	Відповідальне споживання	Відповідальне споживання і виробництво	Зниження ресурсоемності економіки Зменшення втрат продовольства у виробничо-збутових ланцюжках Забезпечення сталого використання хімічних речовин Зменшення обсягів утворення відходів і збільшення обсягів їх переробки	<b>2017 р.</b> "Енергоефективні школи: нова генерація" (ДТЕК) <b>2018 р.</b> Зaproвадження розширеної відповідальності виробника (ЕНЕРГОАТОМ) Проект Zero waste (ГУДВЕЛЛІ)



1	2	3	4	5
Ціль 13	Боротьба зі зміною клімату	Пом'якшення наслідків зміни клімату	Обмеження викидів парникових газів в економіці	2017 р. Програма кредитування енергоефективних товарів IQ-ENERGY (UKRSIBBANK)
Ціль 14	Збереження морських екосистем	Збереження морських ресурсів	Скорочення забруднення морського середовища Забезпечення сталого використання і захисту морських та прибережних екосистем Запровадження ефективного регулювання видобутку морських біоресурсів	не висвітлювали
Ціль 15	Збереження екосистем суші	Захист та відновлення екосистем суші	Забезпечення збереження, відновлення та сталого використання наземних і внутрішніх прісноводних екосистем Сприяння сталому управлінню лісами Відновлення деградованих земель та ґрунтів Забезпечення збереження гірських екосистем	2017 р. PAPERLESS OFFICE: перехід на систему юридично значимого зовнішнього електронного документообігу (ІНТЕРЕКСІ БЕЙЗ) Дерево за автокредит (КРЕДІ АГРИКОЛЬ)
Ціль 16	Мир та справедливість	Мир, справедливість та сильні інститути	Скорочення поширення насильства Збільшення виявлення постраждалих від торгівлі людьми та всіх форм експлуатації Підвищення рівня довіри до суду та забезпечення рівного доступу до правосуддя Зміцнення системи запобігання та протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом Скорочення незаконного обігу зброї та боєприпасів Скорочення масштабів корупції Підвищення ефективності діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування Відновлення території, постраждалої від конфлікту (Донбас) Зміцнення соціальної стійкості, сприяння розбудові миру та громадській безпеці	2017 р. Проект VOІNY (ПРАВОВИЙ АЛЬЯНС) Адаптація ветеранів АТО в умовах повернення до трудової діяльності (АТ "ПРИКАРПАТТЯ-ОБЛЕНЕРГО")
Ціль 17	Партнерство заради розвитку	Партнерство заради сталого розвитку	Мобілізація додаткових фінансових ресурсів на основі заохочення інвестицій іноземних та вітчизняних інвесторів Послідовне зниження боргового навантаження Розвиток партнерських відносин влади і бізнесу для досягнення Цілей Сталого Розвитку	2018 р. Проект "City FEST: відкритий простір" - проведення міських фестивалів, спрямованих на розвиток культурних цінностей і соціальної активності громади (ДТЕК)

Джерело: складено автором на основі [8, 9, 11, 12].

Світовий досвід великих компаній переконує, що практики КСВ допомагають сформувати позитивний імідж компаній, підвищити інтерес інвесторів, покращити відносини з місцевою владою і громадою, підвищують довіру населення, підвищують мотивацію та продуктивність своїх працівників [13].

**Висновки.** Отже, з проведеного дослідження можемо зробити висновок, що діяльність по запровадженню корпоративної соціальної відповідальності стала вагомим чинником в економічному розвитку вітчизняних підприємств, а корпоративна відповідальність – це не просто відповідальність перед працівниками чи іншими підприємствами, владою, місцевими громадами, а окрема філософія здійснення діяльності для сталого гармонійного економічного, екологічного та суспільного розвитку.

Закріплення на законодавчому рівні соціальних ініціатив це значний вагомий крок в досягненні Цілей сталого розвитку, проте не достатній для реального їх впровадження. Потрібні дієві механізми на рівні державного регулювання для підвищення зацікавленості вітчизняних компаній у впровадженні КСВ. Такими механізмами можуть стати пільгове оподаткування компаній, що впроваджують практики КСВ, зменшення адміністративного тиску з боку органів влади, проведення широкомасштабної, на загальнодержавному рівні, кампанії з пропаганди поширення питань соціальної відповідальності, формування відповідного законодавчого механізму по впровадженню питань КСВ. Предметом подальших досліджень стане вивчення механізмів та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження нових ініціатив КСВ вітчизняними підприємствами.

### Література

- Elkington J. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development / J. Elkington // California Management Review. — 1994. — Vol. 36. — N 2. — P. 90–100.
- Бас Ю. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток. - [Електронний ресурс] / Ю. Бас. - Режим доступу : <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-con/egencia-1-11-2012/354-2012-11-01-06-57-27>.
- Баюра Д. О. Соціальна відповідальність як елемент сталого розвитку інтегрованих структур - [Електронний ресурс] / Д. О. Баюра, Ю. В. Червіна. - Режим доступу: [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2013\\_28/zb28\\_19](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2013_28/zb28_19)
- Лебедев І. В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності / І. В. Лебедев // Актуальні проблеми економіки. - 2013. - №1 (139). - С. 106-116.
- Урул Л. Д. Сталый розвиток: генезис ідей, моделювання, дефініції // Сталый розвиток та водні ресурси. М.: Проспект, 2005. С. 8.
- Що таке сталий розвиток. Принципи та історія [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sd4ua.org>
- Про Стратегію сталого розвитку "Україна 2020" [Електронний ресурс]: Указ Президента України від 12.01.2015 р. №5/2015. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
- 2017 - Національна доповідь "Цілі сталого розвитку: Україна" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvityi/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsilei-staloho-rozvytku-ukraina-iaka-vyznachaie-bazovi-pokaznyky-dlia-dosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytku-tssr>
- Глобальні цілі сталого розвитку 2015-2030 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>

10. Центр Розвиток корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/>
11. Практики КСВ в Україні 2017 / Під ред. Саприкіної М.; Центр "Розвиток КСВ". – К.: 2018. – 88 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/05/2017\\_konkurs\\_keysov\\_preview.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/05/2017_konkurs_keysov_preview.pdf)
12. Практики КСВ в Україні 2018 / Під ред. Саприкіної М.; Центр "Розвиток КСВ". – К.: 2019. – 68 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2019/07/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81-%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%96%D0%B2-2018-1.pdf>
13. Бобко Л.О. Сучасний стан та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Л.О.Бобко // Ефективність державного управління. – 2016. - № 1(2). – с. 41-47.

### References

1. Elkington J. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development / J. Elkington // California Management Review. — 1994. — Vol. 36. — N 2. — P. 90–100 [in English].
2. Bas, Yu. (2012) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist ta stalji rozvytok. Retrieved from: <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-con/erencia-1-11-2012/354-2012-11-01-06-57-27> [in Ukrainian].
3. Baiura, D. O., Chervina, Yu. V. (2013). Sotsialna vidpovidalnist yak element staloho rozvytku intehrovanykh struktur Retrieved from: [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2013\\_28/zb28\\_19](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2013_28/zb28_19) [in Ukrainian].
4. Lebediev, I. V. (2013). Ensuring sustainable development on the basis of corporate social responsibility. Aktualni problemy ekonomiky, 1 (139), 106-116 [in Ukrainian].
5. Ursul, L. D. (2005). Sustainable development: genesis of ideas, modeling, definitions. M: Prospekt, p. 8 [in Ukrainian].
6. What is sustainable development. Principles and history [Online]. - Retrieved from: <http://www.sd4ua.org> [in Ukrainian].
7. About Ukraine 2020 Sustainable Development Strategy [Online]: Presidential Decree of January 12, 2015 №5/2015. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> [in Ukrainian].
8. Sustainable Development Goals: Ukraine National Report (2017) [Online]. - Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsili-staloho-rozvytku-ukraina-iaka-vyznachaie-bazovi-pokaznyky-dlia-dosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytku-tssr> [in Ukrainian].
9. Global Sustainable Development Goals 2015-2030 [Online]. - Retrieved from: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html> [in Ukrainian].
10. Center for Corporate Social Responsibility Development [Online]. - Retrieved from: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/> [in Ukrainian].
11. Saprykina, M (Eds.). (2017) CSR Practices in Ukraine 2017. Tsentr "Rozvytok KSV". – Kyiv [Online]. - Retrieved from: [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/05/2017\\_konkurs\\_keysov\\_preview.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/05/2017_konkurs_keysov_preview.pdf) [in Ukrainian].
12. Saprykina, M (Eds.). (2018) CSR Practices in Ukraine 2017. Tsentr "Rozvytok KSV". – Kyiv [Online]. - Retrieved from: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2019/07/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81-%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%96%D0%B2-2018-1.pdf> [in Ukrainian].
13. Bobko, L.O. (2016). Current status and prospects of development of corporate social responsibility in Ukraine. Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia, 1(2), 41-47 [in Ukrainian].

Рецензія/Peer review : 07.11.2018      Надрукована/Printed : 05.12.2018

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-307-312

ЦУРСЬКА Б. Г.

Хмельницький кооперативний торговельно економічний інститут

## ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ЕКО-ТУР»

У статті розглядається сутність маркетингової комунікаційної діяльності на ринку туристичних послуг, а також застосування комунікаційних засобів задля просування туристичного продукту.

Ключові слова: комунікаційна маркетингова політика, туристичний продукт, реклама, засоби стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, персональний продаж.

TSURSKA B.

Khmelnysky Cooperative Trade and Economic Institute

## APPLICATION OF MARKETING COMMUNICATION POLICY IN THE ACTIVITIES OF THE EKO-TOUR TOURIST COMPANY

The article deals with the essence of marketing communication activity in the market of tourist services, as well as the use of communication tools to promote the tourism product.

The essence and content of the terms "communication" and "marketing communications" as objects of managerial influence are substantiated. A brief description of the travel agency is given. The basic and synthetic elements of the travel agency marketing communications are characterized. The use of communication policy at the company is investigated and the directions of improvement of the communication policy are offered.

The features of tourist advertising and how it differs from similar activity in other industries are stated. The characteristic features that are characteristic of tourist advertising are highlighted. The forms of direct marketing include the following: direct mail, telemarketing, electronic, interactive marketing. Public Relations is a major tool in travel fairs. It has been proven that increasingly large travel companies are turning to Instagram to show off all the visual wealth, that is, the products they offer on their tours. For the researched travel company "Eco-Tour" it is necessary to focus more on promoting their tourist offers on Instagram. The tour operator already has a page on this social network but is not actively using it. According to recent research, 48% of Instagram users use the platform to choose vacation options, with 35% using it to select new places where they have not been. There you can get information from friends and colleagues who share their travel experiences. Instagram is heavily used by advertisers from both large and niche travel companies who make visually spectacular offers. Bloggers here share their adventures and tips, and the site itself is a global modern "travel agent". As a result, as many marketing communication elements as possible can attract as many consumers as possible. That is why it is necessary to form a system of marketing communications in the tourist activity of the company. And in the further researches it is necessary to find the solution of the question of formation of effective complex of marketing of tourism industry and mechanisms of management of promotion of tourist product.

Keywords: communication marketing policy, tourism product, advertising, sales promotion, public relations, personal sale.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан ринку туристичної галузі в місті Хмельницький досить насичений туристичними агентствами, що обумовлено великою конкуренцією. це призводить до постійної боротьби, в якій крім туристичного продукту потрібно правильно використовувати маркетингові елементи, в тому числі маркетингові комунікації. Це забезпечує формування позитивного іміджу туроператора, пошук нових ринків збуту туристичного продукту, зацікавити покупців та підтримувати їх прихильність. Основним елементом впливу на увагу клієнта є маркетингові комунікації, як інформують, зацікавлюють, впливають на рішення споживача та формують його ставлення до туристичної фірми.

Хмельницький є туристичним містечком, саме тому туристичний бізнес постійно потребує застосування маркетингових комунікаційних важелів. Одна з головних проблем підприємств туристичного ринку Хмельниччини - визначення бюджету для проведення ефективної комунікаційної політики на туристичному ринку. Виникає необхідність розробити маркетингові комунікаційні підходи до цільової аудиторії.

Сучасний туризм неможливо уявити без комунікаційної політики. Комунікація самий дієвий інструмент у спробах туристичного підприємства, що дозволяє донести інформацію до своїх споживачів, модифікувати їх поведінку, привернути увагу до пропонованих туристичних послуг, створити позитивний імідж самого турагентства, показати його кращі сторони та переваги. Тому ефективна маркетингова комунікаційна політика є важливим засобом досягнення цілей підприємства та турагентства вцілому.

**Аналіз останніх джерел.** Дуже багато зарубіжних і вітчизняних авторів займалися вивченням питання маркетингових комунікацій. Серед них С. Моріарті, У. Уеллс, Дж. Бернет, Л. Персі, Дж. Р. РоссітерФ. Котлер, Дж. М.Лэйхифф, Ч.Сендидж, Дж. М. Пенроуз, В. М. Тарасевич, Х. Анн, Г. Л. Багієв, Д. Доті, О. Феофанов, А. Зверінцев, Є. Голубкова, А.П. Дурович та багато інших. До основних українських науковців, які займалися дослідженням цього питання відносять таких вчених як Т. Лук'янець, П. Почепцов, Є. Ромат, А. Войчак, Т. Примак, Г.В. Сахаров. Однак це питання комплексного підходу до різних елементів системи маркетингових комунікацій в управлінні сфері туризму потребує подальшого дослідження.

Процес застосування маркетингових комунікацій в туристичній сфері досліджувався від початку зародження науки маркетинг і розвитком науково-технічного прогресу продовжує вивчатися різними науковцями. наукою навчальних посібниках та наукових працях, але найбільш висвітлена ця тема в роботах таких авторів, як: Бернет Дж., Моріарті С., Боуен Дж., Горбильова З.М., Папирян Г.А., Синяєва І.М., Земляк С.В., Біріцка Н. М. ця тема найбільш висвітлена.

**Метою роботи є:** характеристика застосування маркетингових комунікацій у сфері туризму.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі завдання:

- обґрунтувати сутність та зміст термінів поняття маркетингових комунікацій туристичного агентства;
- охарактеризувати основні елементи маркетингових комунікацій турагенства;
- вказати подальші напрямки дослідження.

#### Виклад основного матеріалу

Правильне поєднання взаємозалежних видів комунікаційної політики, для комплексного узгодженого та взаємовигідного використання на користь турагенства є пріоритетними причинами успіху на ринку туристизму.

Найбільш вдало підібране поняття маркетингові комунікації – це вся сукупність повідомлень, спрямованих від підприємства до споживача, покликани створити уявлення про загальну маркетингову стратегію за допомогою направлення їм спеціальних повідомлень з метою зацікавити їх або прийняти певну точку зору. Маркетингова комунікація (просування) – це механізм передачі покупцю своєї інформації, це елемент маркетингової структури, який забезпечує зв'язок основних маркетингових послань з цільовими аудиторіями.

Необхідний систематичний і ефективний зв'язок з потенційним клієнтом і джерелом продукту, за допомогою важелів комунікативної політики, що скорочує розрив між виробником турпродукту і його споживачем. Для того, щоб турагенство успішно працювало необхідно не тільки хорошої якості продукт, його ціна, канали збуту, а й ефективної мережі дистриб'юторів. [9, с. 136-137].

Турфірма «Еко-тур» - це надійна фірма, яка працює з 2011 року. Одна з кращих, хто дбає про репутацію, ділові відносини з партнерами, надає якісні туристичні послуги та продукти і добре організовує відпочинок туристів.

Туроператор «Еко-тур» – має широкий спектр туристичних програм, можливість формування власних чартерних програм, надає великий вибір ексклюзивних готелів, дає можливість вибрати авіарейси, пропонує раннє бронювання та гарячі путівки. Такі можливості допомагають досягти турагенству успіху. Турпродукт, постійно вдосконалюється, щоб відповідати запитам найвимогливіших клієнтів. Турфірма перебуває на стадії розвитку та зростання. Її результати обсягів продажів дають зрозуміти, що «Еко-тур» є сильним конкурентом на ринку та має значний вплив. Це говорить про те, що туристична фірма вдало використовує прийоми маркетингової комунікативної політики.

Спектр послуг агенції безмежний, що відповідає всім можливим побажанням клієнтів. Основним засобом досягнення цієї мети туристична фірма «Еко-тур» використовує комунікаційний комплекс, в який входять основні засоби маркетингових комунікацій, які фірма зазвичай застосовує та синтетичні (рис. 1).

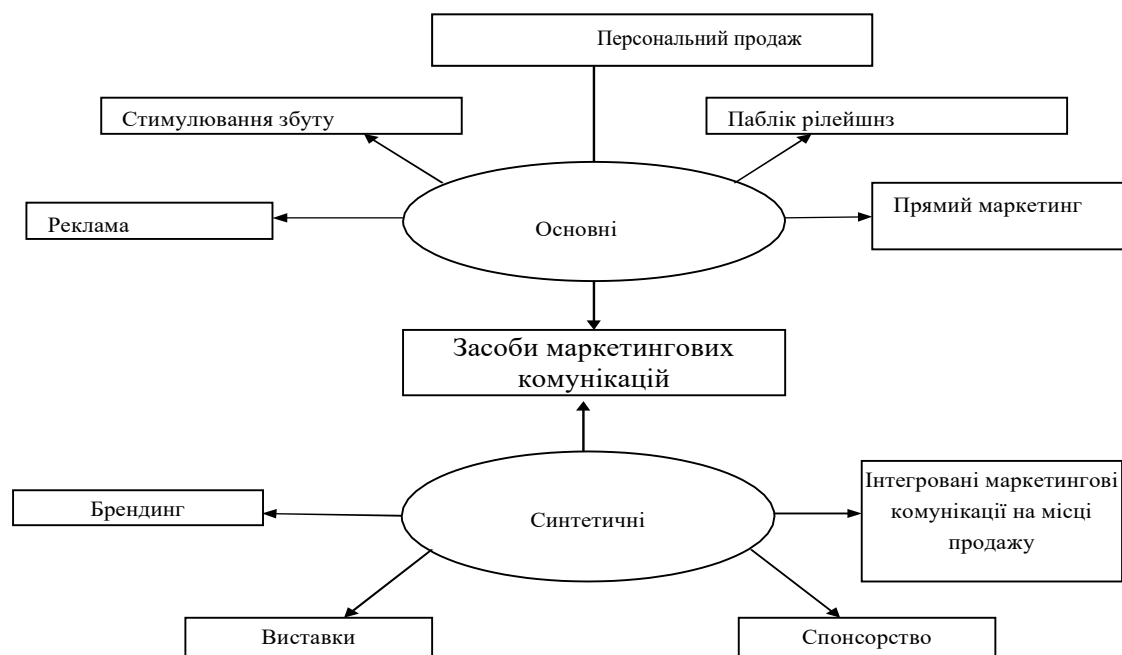


Рис. 1. Комплекс маркетингових комунікацій

Один з найбільш широко використовуваних інструментів туристичної системи маркетингових комунікацій - реклама.

Реклама це елемент не персонального представлення і просування ідей, товарів або послуг якимось конкретним спонсором [7].

Туристична реклама відрізняється від аналогічної діяльності в інших галузях відповідно до специфіки турпродукту і маркетингових комунікацій індустрії туризму. Крім неособистого характеру, односторонньої спрямованості їй притаманні такі характерні риси:

1) достовірність. Реклама в туризмі повинна нести інформацію, яка повинна бути достовірною, правдивою і точною. Але використовуючи недостовірну інформацію в рекламних кампаніях, турфірма ризикує втратити потенційних клієнтів в майбутньому, так як турист, який не отримав обіцяних в рекламі послуг, більше не звернеться в дану турфірму.

2) інформаційна насиченість. На відміну від традиційних товарів, турпослуги не відчутні і мають різні якісні характеристики в залежності від факторів споживання, потребують розвитку таких функцій реклами, як висока інформаційність, яскравість і здатність до переконання. Наприклад, клієнт вперше вибирає турпродукт, звертає особливу увагу на фотографії, перелік послуг, що надаються, опис готелю, представлені в каталогах.

Основними напрямками рекламно-інформаційної діяльності «Еко-тур» є:

- Реклама, спрямована на туристичні райони. Найчастіше таку рекламу проводять або туроператори серед турагентів (на семінарах і конференціях) при відкритті нового туристичного напрямку, або туристичні асоціації за підтримки урядів країн, позиціонують турцентр;

- Реклама, спрямована для роботи із суміжними галузями і підприємствами. В даному випадку найбільш поширена реклама готельних комплексів, ресторанів, аквапарків, спрямована одночасно і на туроператорів з турагентами, і на туристів;

- Реклама для роботи з посередниками. Туроператори в рекламі розміщують інформацію не тільки по турпродуктам, але і по роботі з самим посередником (турагентом), повідомляючи про більш високу комісію, гнучкі системи оплати, бонусні програмні компанії;

- Реклама для роботи з туристами (реальними і потенційними). Техніка особистого продажу в сфері туризму найпереконливіша, коли фахівець з продажу має безпосередній контакт з потенційним туристом.

На відміну від реклами, яка не є особистим засобом комунікації, персональний продаж - це індивідуальна комунікація менеджера з продажу туристичних турів і покупця. Як правило, на метод особистого продажу виділяється більше коштів (від 8 до 15% продажів), ніж на інші елементи політики просування, адже це єдиний комунікаційний процес, який безпосередньо закінчується продажем турпослуг.

Іншим важливим елементом маркетингових комунікацій турфірми «Еко-тур» виступає стимулювання продажів. Стимулювання продажів означає впровадження різних інструментів, що сприяють збільшенню покупок або продажів турпослуг. Стимулювання продажів включає:

- стимулювання співробітників, спрямоване на підвищення рівня обслуговування клієнтів, ініціативи працівників щодо вдосконалення пропонованих послуг. Для цього для співробітників проводять постійне навчання, тренінги для підвищення кваліфікації. Є можливості просування по службі, грошові премії, подарунки, додаткові відпустки, конкурси професійної майстерності (Деякі нематеріальні форми стимулювання співробітників можуть впливати і на процес прийняття рішення про покупку самого туриста);

- стимулювання споживачів за допомогою надання знижок на тури в відповідні країни; доповнення турпакета безкоштовними послугами, наприклад, 2 квитка для користування громадським транспортом; проведення фірмою лотерей або вікторин для покупців турів з умовою присудження переможцю призу у вигляді безкоштовної туристичної поїздки; широкої роздачі безкоштовних фірмових сувенірів; надання можливості постійним туристам, які придбали тур не менше 10 раз, здійснити безкоштовний рекламний тур по найбільших туристичних центрах України;

- стимулювання торгових посередників (турагентів) шляхом: організації безкоштовних рекламних поїздок для працівників турагентств; вручення працівникам турагентств цінних подарунків і сувенірів; виплати прогресивної комісії за продаж турів понад встановлену квоту; встановлення понад звичайну комісії додаткових пільг, наприклад, виплати бонусів турагентствам, що збільшило продаж турів.

Знижки залишаються найпопулярнішим маркетинговим інструментом туристичних компаній. Турфірма «Еко-тур» практикує надання знижок в разі попереднього бронювання в терміни раніше встановленої дати.

Паблік релейшнз (public relations, PR) - це елемент маркетингової комунікаційної політики, сприяє встановленню і підтримці спілкування, взаєморозуміння, розташування і співпраці між організацією і її громадськістю.

Основними напрямками PR є :

- відносини з пресою, метою яких є розміщення відповідної інформації в новинних ЗМІ, щоб привернути увагу до якоїсь особистості, продукту або виду послуг. Пабліситі в основному розглядається як думка третьої сторони.

Перспективний розвиток фірми «Еко-тур» на туристичному ринку вимагає застосування прямого

маркетингу, сутність якого полягає в індивідуалізації збуту, встановлення прямих контактів безпосередньо з конкретним споживачем, з кожним потенційним туристом.

Прямий маркетинг є особисте (адресовану конкретній людині), термінове і пристосоване під цільового споживача повідомлення.

Серед безлічі форм прямого маркетингу можна виділити наступні: пряма поштова розсилка, телемаркетинг, електронний, інтерактивний маркетинг. Інструментами прямого маркетингу є телефонні, факсові та номери пейджерів, купони, сервісні карти.

Для того, щоб маркетингова комунікаційна політика турфірми «Еко-тур» була ефективною можна запропонувати, щоб частка витрат на рекламу була в інтервалі 57–61% від загальної суми витрат на систему маркетингових комунікацій (рис.2).



Рис. 2. Співвідношення витрат на маркетингові комунікації для турфірми «Еко-тур»

Призначення маркетингових комунікацій турфірми «Еко-тур» полягає в інформуванні потенційних клієнтів про фірму та особливості її продукту; переконанні, нагадуванні та мотивуванні цільових клієнтів у тому, що турпродукт оптимально задовольнить їхні потреби.

Турфірма «Еко-тур» застосовує прийоми комунікаційної політики та просуває свої туристичні послуги за допомогою різних видів Public Relations.

Стимулювання збуту – приміняється як додатковий мотив для покупки. Найпоширенішим елементом стимулювання збуту є знижки. Турфірма «Еко-тур» пропонує наступну систему знижок: сезонні, знижки на свята, сімейні знижки, групові, дитячі, спеціальні.

Особисті продажі турпродуктів здійснюються співробітниками підприємства в офісі продажу. Для підвищення якості особистих продажів власник пройшов тренінг прямих активних продаж. Для стимулювання особистих продажів безпосередньо в офісі використовується різна друкована рекламна продукція, стенди, фото клієнтів, календарі, брошури. Крім того, журнали і каталоги, брошури пропонують більш докладну інформацію про турфірму та послуги, які вона надає. Цей елемент комунікаційної політики відносно недорогий - залежить від кількості друкованої інформації, вартості паперу, вартості друкованих засобів.

Основним інструментом Public Relations є участь в туристичних виставках. На виставках «Еко-тур» інформує споживачів про саму фірму, послуги та власні пропозиції. На таких виставках можна обмінятися досвідом, почерпнути новинки в інших учасників виставки.

«Еко-тур» використовує розміщення рекламних звернень в Internet.

Таким чином, турфірма «Еко-тур» використовує для просування своїх тур-продуктів різні засоби маркетингових комунікацій. Основним засобом просування свого туристичного продукту «Еко-тур» вибирає різного роду рекламу. З точки зору нецінової конкуренції, що виражається у виділенні якісних відмінностей приблизно рівного за ціною турпродукту та іміджевої складової, що визначає надійність і привабливість виробника туристичних послуг, участь в рекламі місцевих засобів масової інформації виключно важливо [12].

На сьогодні, все частіше великі туристичні компанії звертаються до Instagram для того, так як він досить популярний. Для щоб показати і прорекламувати чи пропіарити все, що пропонується турфірмою. Де бувають відпочиваючі, що бачать, і які враження. Блогери тут діляться своїми фото, відео, пригодами і порадами, що може розповсюдитися на велику аудиторію. Але треба бути готовим до того, що інформація може постушити на завжди позитивного характеру для турфірми. Так як і будь-якій іншій сфері можуть бути випадки, коли споживач задоволений і коли ні. Тому необхідно чесно якісно обслуговувати клієнтів. На

заході ця практика вже поширена давно. Згідно з останніми дослідженнями 48% користувачів Instagram використовують платформу для вибору варіантів відпочинку, причому 35% використовують її для вибору нових місць, де ще не були [14]. Instagram дозволяє отримати інформацію від друзів, знайомих і колег, які діляться своїм досвідом подорожей. Турфірма в мережі Instagram може активно постити будь яку рекламну інформацію, щоб донести її до потенційного клієнта [19].

Особливий розвиток соціальна мережа отримала в 2015 році, і за три роки перетворилася на потужну площадку для спілкування, а й для заробітку. Основна аудиторія – це люди від 18 до 29 років. За статистикою, близько 60% користувачів перевіряють свою стрічку мінімум раз в день. Тому бізнес, в якому використовуються можливості Інстаграма, є таким популярним і прибутковим.

Instagram з його можливостями, фото, сторісами, форматами в відео карусельної реклами, відеороликами довжиною в 30 секунд і кнопками призову до дії максимально відкритий, як для великого, так і для дрібного бізнесу. Саме тому, для фірми «Еко-тур» необхідно зосередити більше уваги на просуванні своїх туристичних пропозицій саме в Instagram. Турфірма не активно використовує сторінку в цій соціальній мережі, тому необхідно покращити роботу в мережі Instagram. Необхідно вивчити основи SMM (просування в Інтернеті), щоб самостійно просувати свій бізнес в Інстаграм. Для цього існує спеціальна література, курси, онлайн-школи.

Розкручені фірми, агенства, компанії та підприємства активно звертають все більше уваги на роботу в цій мережі, адже тут можна гранично швидко як зрозуміти, що хочуть потенційні клієнти, так і зробити їм пропозицію. На сьогоднішній день майже будь-який товар або послугу можна продати за допомогою Інстаграма. Найголовніше – правильно його подати.

Для того, щоб покращити маркетингові комунікації в Instagram, можна запропонувати:

1. Надавати їх блогерам на умовах бартеру: ви – товар/послугу, вони – рекламу вашої продукції.
2. Влаштувати розіграші, конкурси, акції, знижки в Інстаграмі.
3. Використовувати правильні хештеги, популярні геолокації.

Як це діє: «Одна сім'я завжди брала у відпустку фотоапарат, робила в подорожі безліч фотографій на тему «сім'я на відпочинку», а потім продавали їх на стоках на кшталт Shutterstock. Заробляли на цьому пристойно і відбивали хороший відсоток від вартості відпочинку.

Сьогодні існує безліч сервісів, які зводять масового виробника контенту і покупця. Ви просто реєструєтесь через свій акаунт Інстаграма на сервісі, відзначаєте, які фотографії хочете продати – і отримуєте прибуток. Турфірма може знайти таких людей і таким чином співпрацювати. Клієнт показує знімки найцікавіших туристичних місць, зроблені професійними фотографами, чи ним особисто в тих чудових місцях, де він побував завдяки турфірмі. Але необхідно врахувати, що число підписаних на сторінку такого клієнта повинно досягати більше 100 000 підписників. По суті, акаунт організації в Instagram є електронною брошурою, живий, що постійно оновлюється. Користувачі можуть побачити тут найкрасивіші куточки світу, насолоджуючись пейзажами та прослуховуючи відгуки. Але найбільш вражаюча річ в цьому акаунті - контент, який можна знайти на сайті: надихаючі історії людей, які живуть в країні, це викликає співпереживання і залучає все нових підписників.

Контент повинен бути різноманітним: недостатньо просто викладати фотографії найбільш популярного товару або робити знімки в одному красивому куточку. Читачам більше сподобається акаунт, в якому є на що подивитися, є, що почитати. Також необхідно постійно бути на зв'язку і спілкуватися з тими клієнтами, які задають питання або залишають повідомлення в direct. Налагоджений, регулярний зв'язок з клієнтами, оперативні відповіді в повідомленнях – запорука успіху комерційного розвитку туристичної фірми «Еко-тур».

Тому туристична фірма «Еко-тур» повинна просувати бізнесу в Інстаграм. На сьогодні – це не тільки можливо, але і більш ніж реально. Повинна не допускати помилки, спілкуватися з клієнтами і читачами, а також правильно обробляти відео, фотографії та текст, що дасть можливість успішно та прибутково працювати на туристичному ринку.

**Висновки.** Тур фірма «Еко-тур» активно використовує комунікаційну політику у своїй діяльності. Але в результаті, поєднання елементів маркетингової комунікаційної політики можна залучати якомога більше споживачів. Саме тому, необхідно формувати систему маркетингових комунікацій в туристичній діяльності фірми. А у подальших дослідженнях необхідно знайти розв'язок питання формування ефективного комплексу маркетингу туристичної галузі та механізмів управління просуванням туристичного продукту.

Туристичній фірмі Еко-тур рекомендується зосередити більше уваги на роботу саме в Instagram.

### Література

1. Armstrong M. Developing a national strategic communications and public diplomacy strategy [Electronic resource] / M. Armstrong. — Mode of access: [http://mountainrunner.us/2008/05/developing\\_a\\_national\\_strategi.html](http://mountainrunner.us/2008/05/developing_a_national_strategi.html). — Last access: 22.03.2010. — Title from the screen.
2. Kaplan A.M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media / A.M. Kaplan, M.Haenlein // Business Horizons. – 2010. – № 53 (1). – С. 59–68.
3. Восколович Н. А. Маркетинг туристичних послуг / Н. А. Восколович. — М. : Економічний факультет МРУ, ТЕИС, 2012. — 267 с.

4. Гайтина Н.М. Новітні інструменти маркетингових комунікацій / Н.М. Гайтина // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. О. Балацького, м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. – Суми : СумДУ, 2014. – Т.2. – С. 198-200.
5. Карягин Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг тур продукту/Підручник. – К: Кондор, 2013. – 394 с.
6. Кифяк В. Ф. Рекламна кампанія туристичного підприємства [Електронний ресурс] / В. Ф. Кифяк. — Режим доступу : <http://kr-diplom.kiev.ua/referat/ref>.
7. Коник Д. Л. Роль стратегічної комунікації в забезпеченні підтримки населенням реформ уряду. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/pdmTaw>
8. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб / Н. Є. Кудла. — К.: Знання, 2011. — 351 с.
9. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. пос. / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2010. – 524 с.
10. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. - 2-ге вид., доп. і перероб. - К.: КНЕУ, 2003. - 523 с.
11. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі/ Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 336 с.
12. Миронов Ю. Б. Особливості реклами в туризмі. Випуск V / Ю. Б. Миронов. – Львів : Видавництво ЛКА, 2012. — 448 с.
13. Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту : навч. посіб. / Г. Б. Мунін. — Кондор, 2012. — 364 с.
14. Офіційний сайт Агентства MPP Consulting [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://mppconsulting.com.ua/about.html>.
15. Павленко І.Г. Комунікаційна політика як елемент системи маркетингу підприємства у процесах сучасного комунікаційного суспільства / І.Г.Павленко // Академічний огляд. – 2013. – № 1 (38). – С. 109-113.
16. Пілько А.Д. Сучасні тенденції розвитку моделей маркетингових комунікацій / А.Д. Пілько, О.М. Лукан // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2011. – Випуск VII, Т.2. – С. 253-260.
17. Пономарьова Н.М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій / Н.М. Пономарьова, А.М. Пономарьов // ХНАДУ. – 2011. – № 3 – С. 75-86.
18. Просування туристичного сайту - URL: <http://seolife.in.ua/2012/09/prosuвання-turystychnoho-sajtu.html>
19. Семенов Г.А. Стратегії маркетингових комунікацій у сфері мобільного зв'язку / Г.А. Семенов, О.О. Буднік // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2012.– №2. – С. 159–163.
20. Соколовский Александр Обращение Instagram. Минимум бюджета, максимум прибыли «Издательство «Эксмо», 2019 – 343 с.
21. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публік рилейшнз, брендинг : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и К°, 2014. -324 с.

### References

1. Armstrong M. Developing a national strategic communication and public diplomacy strategy [Electronic resource] / M. Armstrong. - Mode of access: [http://mountainrunner.us/2008/05/developing\\_a\\_national\\_strategi.html](http://mountainrunner.us/2008/05/developing_a_national_strategi.html). - Last access: 22.03.2010. - Title from the screen.
2. Kaplan A.M. (2010). Users of the world, enter! The challenges and opportunities of Social Media / A.M. Kaplan, M.Haenlein // Business Horizons. - 2010. - 53 (1). - pp. 59–68.
3. NA Voskolovich Marketing of tourist services / NA Voskolovich. - М.: Economic Faculty of the MRU, TEIS, 2012. - 267 p.
4. Gaitina NM The newest tools of marketing communications / NM. Haytina // Economic Problems of Sustainable Development: Proceedings of the International Scientific Conference on the Memory of Prof. O. Balatsky, Sumy, May 6-8, 2014: in 2 volumes - Sumy: SSU, 2014. - Vol.2. - P. 198-200.
5. Karyagin YO, Tymoshenko ZI, Demura TO, Munin GB Product Marketing Tour / Tutorial. - K: Condor, 2013. - 394 p.
6. Kifyak VF Advertising campaign of the tourist enterprise [Electronic resource] / VF Kifyak. - Access mode: <http://kr-diplom.kiev.ua/referat/ref>.
7. Konik DL The Role of Strategic Communication in Supporting Government Reforms. [Electronic resource]. - Access mode: <https://goo.gl/pdmTaw>
8. Kudla NE Marketing of tourist services: textbook. tool / NE Kudla. - K.: Knowledge, 2011. - 351 p.
9. Lukyanets TI Marketing Communication Policy: Educ. pos. / T.I. Lukyanets. - K.: KNEU, 2010. - 524 p.
10. Lukyanets TI Marketing communication policy: textbook. tool. / TI Lukyanets. - 2nd species, Suppl. and recycling. - K.: KNEU, 2003. - 523 p.
11. Malska MP, Mandyuk NL Fundamentals of Marketing in Tourism / Textbook. - K.: Center for Educational Literature, 2016. - 336 p.
12. Mironov YB Features of Advertising in Tourism. Issue V / Yu. B. Mironov. - Lviv: LKA Publishing House, 2012. - 448 p.
13. Munin GB Marketing of tourism products: textbook. tool. / G. B. Munin. - Condor, 2012. - 364 p.
14. MPP Consulting Agency Official Website [Electronic resource] - Resource access mode: <http://mppconsulting.com.ua/about.html>.
15. Pavlenko IG Communication Policy as an Element of the Enterprise Marketing System in the Processes of Modern Communication Society / IG Pavlenko // Academic Review. - 2013. - № 1 (38). - P. 109-113.
16. Pilko AD Modern tendencies of development of models of marketing communications / AD. Pilko, OM Lukan // Actual problems of economic development of the region. - 2011. - Issue VII, V.2. - P. 253-260.
17. Ponomaryova NM Newest Approaches to Modern Marketing Communications / N.M. Ponomaryova, A.M. Ponomaryov // KhNADU. - 2011. - № 3 - P. 75-86.
18. Promotion of a tourist site - URL: <http://seolife.in.ua/2012/09/prosuвання-turystychnoho-sajtu.html>
19. Semenov GA Marketing Communication Strategies in Mobile Communications / GA. Semenov, OO Budnik // State and Regions. Avg. Economics and entrepreneurship. - 2012.– №2. - pp. 159–163.
20. Sokolovsky Alexander Robbery Instagram. Budget Minimum, Maximum Profit Eksmo Publishing House, 2019 - 343 p.
21. Sharkov FI Integrated communications: advertising, public relations, branding: textbook. manual / F. I. Sharkov. - М.: Dashkov and K °, 2014. -324 p.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018      Надрукована/Printed : 06.12.2018



УДК 332.01

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-313-316

ШАШИНА М. В.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

## МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ СТРУКТУРНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*В рамках даного наукового дослідження здійснюється розкриття основ та необхідності процесів структурної модернізації економіки регіонів України на сучасному етапі розвитку національної економіки загалом та регіональної економіки зокрема. Формується теоретична база статті на основі наукових праць та досліджень сучасних вітчизняних вчених-економістів. Через призму цілі даної наукової роботи розкриваються її актуальність та необхідність вивчення даної проблематики на сучасному етапі розвитку регіональної економіки.*

*Ключові слова: модернізація, регіональна економіка, економічний розвиток, економіка регіону, структурна модернізація, рівень модернізації регіональної економіки*

SHASHYNA M.

National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

## METHODICAL ASPECTS OF ASSESSMENT OF STRUCTURAL MODERNIZATION OF THE REGIONAL ECONOMY

*This research reveals the foundations of and the need for the processes of structural modernization of the economy of the regions of Ukraine at the present stage of development of the national economy in general and the regional economy in particular. The theoretical framework of the article is formed on the basis of studies of modern domestic economists. The objective of this article reveals its topicality and the need to study this issue at the present stage of development of the regional economy.*

*The foundation of this study is to reveal the essence of the economic category "structural modernization of the region's economy" and key factors (both internal and external) that have a limiting effect on the speed, quality and efficiency of these processes in the modern economy of Ukraine. This model will effectively eliminate potential threats to the long-term development of the region's economy on the one hand, and will allow a direct assessment of the regional development management system based on the key results that characterize certain parts of the regional economy.*

*The final conclusions present the key results of this research in accordance with the basic principles and the need for structural modernization of the regions of Ukraine at the current stage of development, the factors influencing the level of modernization of regional economies, as well as in accordance with the developed model of assessment of the level of structural modernization of the regional economy.*

*Key words: modernization, regional economy, economic development, structural modernization, regional economy modernization level*

**Постановка проблеми.** На сьогоденному етапі розвитку вітчизняної економіки в контексті реалізації процесів децентралізації у фінансово-економічній системі гостро постає питання ефективного і якісного розвитку регіонів у довгостроковій перспективі [1, 2]. Зниження впливу Центру на формування регіональної економічної політики з одного боку формує сприятливі умови для активізації бізнес-процесів в регіони, проте з іншого боку генерує загрози у сфері неспроможності регіональних органів влади забезпечувати відповідний рівень конкурентних переваг території [3].

Ключовою проблематикою в питанні сучасної структурної модернізації економіки регіонів України у відповідності до економічних реалій країн із розвиненню економікою є відсутність дієвої системи моніторингу та визначення ефективності та результативності розвитку економіки території, що дає змогу визначити необхідність формування теоретичних та методичних основ в контексті розробки сучасної моделі оцінювання структурної модернізації економіки регіонів України, що і обумовлює актуальність теми даного наукового дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Враховуючи обраний курс економічної політики спрямований на модернізацію економіки України у відповідності до рівня економічного розвитку країн ЄС, слід відзначити, що дане питання отримало широкого вивчення у наукових працях вітчизняних вчених.

Так питання виміру модернізації щодо регіональної політики розкриті у працях Дунаєва І.В. [4], інтелектуально-інноваційні засади розглядаються Тульчинською С.О. [5, 6] як на рівні регіональної економіки так і національної економічної системи. Праці Бондара О.С. [3] присвячені системному аналізу розвитку економіки територій. Пуцентейло П.Р. та Завитій О.П. [7] в своїх працях досліджують особливості побудови та функціонування механізмів економічного розвитку регіонів.

Наукові праці означених авторів і формують теоретичну базу даного наукового дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Ключовою ціллю даного наукового дослідження є розкриття методичних аспектів оцінки структурної модернізації економіки регіону а також побудова базової моделі оцінки рівня структурної модернізації регіональної економіки.

**Виклад основного матеріалу** Нині відбувається зміна парадигм регіонального економічного розвитку і регіональної політики, здійснюється пошук шляхів підвищення ефективності управління

територіальним розвитком, нових форм, методів і механізмів участі регіональних органів влади в управлінні територією. Замість традиційних теорій розвитку регіону обґрунтовуються і стають теоретичною базою сучасної регіональної політики міжрегіональна конкуренція, інноваційний розвиток регіонів, територіальний підхід. Тобто розвиток регіонів розглядається як відображення всього процесу розвитку в цілому [7].

Політика управління структурною модернізацією займає важливе місце у системі регуляції економічної системи і є насамперед виразником ключових цілей, напрямів та особливостей економічної системи регіону [4].

Сьогоднішні умови розвитку економіки України генерують необхідність інтенсивної модернізації економіки держави в системі підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки та національної економічної системи загалом.

Незважаючи на певні розбіжності в системі трактування категорії «структурна модернізація економіки регіону» в наукових працях вітчизняних вчених-економістів, можна зробити висновок, що дана категорія являє собою процес оптимізації соціально-економічного розвитку території за рахунок активізації виробничих процесів на основі наукових і інноваційних методів та механізмів.

Необхідно розуміти, що на даний момент економіка України в значній мірі поступається за рівнем розвитку економікам розвинених країн, що генерує значну проблематику в системі ефективної реалізації структурної модернізації економіки регіонів України.

Ключові проблеми у сфері структурної модернізації економіки регіонів України ґрунтуються на низькому рівні інноваційно-технологічного розвитку регіональної економіки, невідповідності рівня розвитку вітчизняної економіки в контексті процесів, що відбуваються у світовій економіці, а також низькому рівню інфраструктури регіональної економіки.

В контексті ефективного нівелювання даної проблематики відповідно до структурної модернізації економіки регіонів України існує необхідність розбудови якісної моделі оцінки рівня ефективності процесів структурної модернізації регіональної економіки.

Авторська модель запропонованої моделі базується на розрахунку середнього арифметичного окремих показників, що характеризують рівень модернізації економіки відповідно до рівня економічного розвитку відношення показників певного регіону до усередненого показника в контексті всіх регіонів України.

В рамках даної запропонованої моделі на першому етапі відбувається розрахунок складових показників рівня структурної модернізації економіки певного регіону України, який здійснюється за нижченаведеною формулою.

$$K_k = \frac{K_p}{K_{\bar{d}}} \times 100\% \quad (1)$$

де:

$K_k$  – складовий показник рівня структурної модернізації економіки певного регіону України;

$K_p$  – окремий показник рівня економічного розвитку певного регіону України;

$K_{\bar{d}}$  – середній показник рівня економічного розвитку регіонів України.

В контексті предметного розкриття проблематики даного наукового дослідження здійснимо аналіз ключових показників, запропонованої моделі оцінки рівня структурної модернізації регіональної економіки, для чого скористаємося нижченаведеною таблицею (Таблиця 1) в якій наочним чином наведена дана системність структурних елементів.

Таблиця 1

**Ключові показники, запропонованої моделі оцінки рівня структурної модернізації регіональної економіки**

№ п/п	Напрямок модернізації	Група показників
1	Економіка	ВРП, млрд. гривень
		ВРП на душу населення, тис. гривень
		Обсяги промислового виробництва, млрд. гривень
2	Інвестиції	Інвестиції в основний капітал, млрд. гривень
		Інвестиції в основний капітал на душу населення, тис. гривень
		Іноземні інвестиції, млн. доларів
3	Фінанси	Доходи бюджету на душу населення, тис. гривень
		Видатки бюджету на душу населення, тис. гривень
		Власні доходи бюджету на душу населення, тис. гривень
4	Соціальна сфера	Середня заробітна плата, тис. гривень
		Середня пенсія тис. гривень
5	Інновації	Фінансування інновацій, млрд. гривень
		Частка інноваційної продукції в сукупному обсязі виготовленої продукції, товарів, послуг, %

Джерело: авторська розробка

Відповідно до вищенаведеної моделі можна визначити, що ключові показники, пропонованої моделі оцінки рівня структурної модернізації регіональної економіки групуються за п'ятьма групами відповідно до напрямку модернізації: економічний кластер, інвестиційний кластер, фінансовий кластер, кластер соціального забезпечення та інноваційний кластер. Кожний з даних кластерів підпорядковується на певні групи показників що характеризують рівень економічного розвитку та структурної модернізації економіки певного регіону. Дані кластери мають якісну характеристику в контексті структурної модернізації регіональної економіки:

- економічний кластер характеризує ефективність структурної модернізації через зростання (чи падіння) показників у сфері валового регіонального продукту;
- інвестиційний кластер дозволяє виявити рівень структурної модернізації регіону в контексті довіри з боку інвесторів, та рівня інвестиційної привабливості економіки регіону;
- фінансовий кластер дозволяє зробити висновок відносно ефективності структурної модернізації економіки регіону за рахунок зростання чи падіння обсягів доходів та видатків регіонального бюджету;
- кластер соціального забезпечення характеризує ефективність структурної модернізації через призму зміни реальних доходів громадян регіону;
- інноваційний кластер характеризує ефективність структурної модернізації через зростання (чи падіння) показників у сфері фінансування інновацій та рівні впливу інновацій на виробничі процеси.

В рамках фінального етапу оцінки рівня структурної модернізації економіки певного регіону здійснюється розрахунок індексу рівня структурної модернізації регіональної економіки, що являє собою середнє арифметичне показників, пропонованої моделі оцінки рівня структурної модернізації регіональної економіки та розраховується за нижченаведеною формулою.

$$I_i = \frac{K_1 + K_2 + K_3 + \dots + K_n}{n} \quad (2),$$

де:

$I_i$  – індекс рівня структурної модернізації економіки і-го регіону України;

$K_1, K_2, K_3, \dots, K_n$  – складові показники рівня структурної модернізації економіки і-го регіону України;

$n$  – кількість складових показників рівня структурної модернізації економіки і-го регіону України.

Враховуючи вищенаведені показники та формулу розрахунку індексу рівня структурної модернізації економіки регіонів України, вважаємо за необхідне здійснити розкриття градації інтегральних показників рівня структурної модернізації економіки і-го регіону України відповідно до запропонованої методики (Таблиця 2).

Таблиця 2

**Градація інтегральних показників рівня структурної модернізації економіки і-го регіону України відповідно до запропонованої методики**

Ранжирування	Рівень структурної модернізації економіки і-го регіону
<=0,4	Найнижчий рівень
0,41-0,6	Низький рівень
0,61-0,75	Середній рівень
0,76-0,95	Високий рівень
>=0,96	Найвищий рівень

Джерело: авторська розробка

Як можна побачити за вищенаведеної моделі в рамках пропонованої моделі розрахунку рівня структурної модернізації регіональної економіки було виокремлено 5 груп, що характеризують рівень ефективності процесів у сфері структурної трансформації економіки регіону. Умовно їх можна розділити на три групи:

- до 0,6 – недостатній рівень структурної модернізації, що потребує більш ефективної системи управління економічним комплексом регіону;
- від 0,61 до 0,75 – що характеризується достатнім рівнем структурної модернізації регіональної економіки;
- та від 0,75 та вище, що характеризується високим рівнем структурної модернізації регіональної економіки та свідчить про лідерські позиції регіону в даному аспекті серед регіонів України.

**Висновки.** Як підсумок даного наукового дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Структурна модернізації економіки регіонів України є важливим елементом в системі економічного зростання територіальних одиниць держави в контексті проведення політики децентралізації з одного боку та забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності економіки України з іншого боку.

2. Ключовою проблемою в системі регулювання та управління структурною модернізацією економік певних регіонів, є неспроможність ефективно та дієво здійснити тактичну і стратегічну оцінку рівня даних процесів, що й виступило стимулом в контексті побудови запропонованої моделі в рамках даного дослідження.

3. Перевагою пропонованої моделі є можливість комплексного аналізу рівня структурної модернізації економіки певного регіону, в контексті використання доступних джерел інформації відповідно до ключових показників що характеризують рівень модернізації регіональної економіки.

Також значною перевагою запропонованої моделі розрахунку рівня структурної модернізації регіональної економіки є можливість динамічного та структурного аналізу й інтерпретації отриманих результатів, через призму порівняння значень для окремих регіонів, для регіону через можливість оцінки певних складових елементів, та через можливість динамічного аналізу отриманих результатів у середньостроковій та довгостроковій перспективі.

### Література

1. Миленський В. М. Теоретичні підходи до модернізації регіональної економіки [Електронний ресурс] / В. М. Миленський. – Режим доступу: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5791/C.%20322.pdf?sequence=1>
2. Пашкевич М. С. Принципи модернізації економіки регіонів України в аспекті сучасної регіональної політики [Електронний режим] / М. С. Пашкевич, К. П. Лисунець. // Ефективна економіка. – 2014. – № 10. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2014\\_10\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_10_7)
3. Бондар О. С. Модель системного аналізу розвитку економіки регіону / О.С. Бондар // Економіка та управління АПК. – 2017. – №1(132). – С.103-110.
4. Дунаєв І.В. Просторовий вимір модернізації регіональної економічної політики у сучасних наукових підходах / І.В. Дунаєв // Вісник НАДУ. – 2015. – №4. – С. 70-77.
5. Тульчинська С.О. Інтелектуально-інноваційна модернізація економіки України: теоретико-методологічні аспекти: монографія / С.О. Тульчинська. –К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 488 с.
6. Тульчинська С.О. Перспективи та доміанти розвитку інтелектуально-інноваційної системи регіонів України: монографія / С.О. Тульчинська. – Херсон: Ви-во «ПП Вишемирський В.С.», 2014. – 210 с.
7. Пуцентейло П.Р. Особливості формування стратегії управління економічним розвитком регіону / П.Р. Пуцентейло, О.П. Завитій // Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. – 2017. – №27. – С. 298-308.

### References

1. Milen'kij V. M. Teoretichni pidhodi do modernizacii regional'noї ekonomiki [Elektronnij resurs] / V. M. Milen'kij. – Rezhim dostupu: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5791/S.%20322.pdf?sequence=1>
2. Pashkevich M. S. Principi modernizacii ekonomiki regioniv Ukraїni v aspekti suchasnoї regional'noї politiki [Elektronnij rezhim] / M. S. Pashkevich, K. P. Lisunec'. // Efektivna ekonomika. – 2014. – № 10. – Rezhim dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2014\\_10\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_10_7)
3. Bondar O. S. Model' sistemnogo analizu rozvitku ekonomiki regionu / O.S. Bondar // Ekonomika ta upravlinnya APK. – 2017. – №1(132). – S.103-110.
4. Dunaev I.V. Prostorovij vimir modernizacii regional'noї ekonomichnoї politiki u suchasnih naukovih pidhodah / I.V. Dunaev // Visnik NADU. – 2015. – №4. – S. 70-77.
5. Tul'chins'ka S.O. Intel'ktual'no-innovacijna modernizaciya ekonomiki Ukraїni: teoretiko-metodologichni aspekti: monografiya / S.O. Tul'chins'ka. –K.: NTUU «KPI», 2009. – 488 s.
6. Tul'chins'ka S.O. Perspektivi ta dominanti rozvitku intel'ktual'no-innovacijnoї sistemi regioniv Ukraїni: monografiya / S.O. Tul'chins'ka. – Herson: Vi-vo «PP Vishemir'skij V.S.», 2014. – 210 s.
7. Pucentejlo P.R. Osoblivosti formuvannya strategii upravlinnya ekonomichnim rozvitkom regionu / P.R. Pucentejlo, O.P. Zavitij // Podil'skij visnik: sil's'ke gospodarstvo, tekhnika, ekonomika. – 2017. – №27. – S. 298-308.

Рецензія/Peer review : 23.10.2018      Надрукована/Printed : 06.12.2018

УДК: 351:007:65.01(477)

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(2)-317-321

ФЕДОРЕНКО А. Є.

Чернігівський національний технологічний університет

## СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*В статті автором розкрито положення щодо функціонування системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, які, на відміну від наявних, ґрунтуються на конституційній моделі розвитку країни й передбачають: формування та розвиток збалансованої інфраструктури інформаційної сфери; формування соціально-економічних та правових умов для забезпечення залучення недержавного фінансування інформаційної сфери; участь приватних суб'єктів господарювання в організації, процесу управління й понесення відповідальності за розвиток інформаційної сфери; забезпечення рівності доступу до бюджетних ресурсів у процесі функціонування інфраструктури інформаційної сфери; забезпечення рівноправних умов для організації діяльності суб'єктів господарювання всіх форм власності у інформаційній сфері та в при формуванні її інфраструктури; ідентифікація принципів забезпечення державної підтримки інноваційного розвитку інформаційної сфери; фінансування інформаційних інновацій у розрізі державних пріоритетів розвитку інформаційної сфери; забезпечення контролю за відповідальністю й використанням бюджетних ресурсів, наданих для розробки інформаційних інновацій. Такі положення конкретизують напрями щодо формування підходів до розробки відповідної стратегії, комплексного механізму її реалізації та державної інформаційної політики.*

*Ключові слова: інформаційна сфера, державна політика, розвиток, система забезпечення, національна економіка.*

FEDORENKO A.

Chernihiv National Technological University

## SYSTEM OF ENSURING THE DEVELOPMENT OF THE INFORMATION SPHERE OF THE ECONOMY OF UKRAINE

*The paramount importance of the development of the information sphere in the formation of the information society requires appropriate structural and functional support. Solving this problem requires an analysis of the extensive system of bodies for the development of the information sphere, their administrative and legal status from the standpoint of a systematic approach, which involves not only the study of some combination of elements, but also to determine the relationship between them. System-structural analysis will allow to identify redundant elements in the organizational structure of the system of development bodies and elements that are missing. At the same time, in some cases we must rely on the method of dialectics to take into account trends in the development of the information sphere in order to increase the institutional capacity of public authorities. The application of the formal-legal method will help to identify shortcomings in the regulations governing the activities of development bodies in this area, to suggest ways to improve them.*

*In the article the author reveals the provisions on the functioning of the system of information development, which, in contrast to the existing ones, are based on the constitutional model of the country's development and provide for: formation and development of a balanced information infrastructure; formation of socio-economic and legal conditions to ensure the involvement of non-governmental funding of the information sphere; participation of private business entities in the organization, management process and responsibility for the development of the information sphere; ensuring equal access to budget resources in the process of functioning of the infrastructure of the information sphere; ensuring equal conditions for the organization of business entities of all forms of ownership in the information sphere and in the formation of its infrastructure; identification of the principles of providing state support for innovative development of the information sphere; financing of information innovations in the context of state priorities for the development of the information sphere; ensuring control over the responsibility and use of budgetary resources provided for the development of information innovations. Such provisions specify the directions for the formation of approaches to the development of the relevant strategy, a comprehensive mechanism for its implementation and state information policy.*

*Keywords: information sphere, state policy, development, support system, national economy.*

**Постановка проблеми.** Першочергове значення розвитку інформаційної сфери в умовах становлення інформаційного суспільства вимагає відповідного структурно-функціонального забезпечення. Вирішення цього завдання вимагає аналізу розгалуженої системи органів забезпечення розвитку інформаційної сфери, їх адміністративно-правового статусу з позицій системного підходу, що передбачає не лише дослідження деякого об'єднання елементів, а й визначення взаємозв'язків між ними. Системно-структурний аналіз дасть змогу виявити зайві елементи в організаційній структурі системи органів забезпечення розвитку та елементи, яких не вистачає. При цьому в ряді випадків маємо спиратися і на метод діалектики для врахування тенденцій розвитку інформаційної сфери з метою підвищення інституційної спроможності органів державної влади. Застосування ж формально-юридичного методу допоможе виявити недоліки в нормативно-правових нормах, що регулюють діяльність органів забезпечення розвитку в зазначеній сфері, запропонувати шляхи їх удосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В дослідженнях вітчизняних вчених-економістів, присвячених проблемам формування та реалізації державної політики розвитку інформаційної сфери економіки в більшій мірі досліджується стан речей, що склався в даній сфері і в меншій мірі надаються пропозиції з її удосконалення.

Управлінські аспекти формування та реалізації державної політики розвитку інформаційної сфери економіки розроблялися у працях: В. Горбуліної, В. Хорошка, Р. Грищука, В. Ліпкана, О. Левченка, С. Іванченка, В. Попика, Н. Казакової, Д. Новікова, О. Чхартішвілі, М. Кастельса, Дж. Елстейна та інших.

Незважаючи на широкий спектр напрямів дослідження особливостей державної політики розвитку інформаційної сфери економіки, у працях зазначених учених практично не знайшли відображення питання розробки стратегічних орієнтирів державної політики розвитку інформаційної сфери економіки та їх результативності.

**Мета статті** полягає в змістовному наповненні та формуванні базових складових системи забезпечення розвитку інформаційної сфери економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Специфічні проблеми забезпечення розвитку інформаційної сфери зумовлені призначенням, функціями, завданнями, сучасним станом та тенденціями його розвитку, характером і динамікою змін на рівні зовнішнього середовища. Варто зауважити, що саме інформаційна сфера потребує найбільш досконалої системи забезпечення розвитку, оскільки вона постійно перебуває в стані трансформації. Необхідність у коригуванні структури і параметрів системи забезпечення розвитку інформаційної сфери може виникати як у ході формування управлінських рішень, так й на етапі їх реалізації. До основних джерел інформації у свою чергу належать:

- офіційні дані органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- відповідна аналітична інформація певних консультативних й дорадчих органів;
- інформація від різних неурядових експертних організацій.

Також важливим питанням є технологічний аспект щодо розробки, впровадження і модернізації системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, який полягає в необхідності формування необхідних технічних умов для своєчасного збирання, збереження, обробки і надання всієї необхідної інформації із урахуванням рівня розвитку інформаційних технологій. Таку проблему можна вирішити, коли відповідна інформація буде агрегованою, достовірною, своєчасною і ґрунтуватиметься на комплексній системі інтегрованих показників щодо досягнення головної мети.

Удосконалення системи забезпечення розвитку інформаційної сфери потребує значних змін в організаційно-інституційному та нормативно-правовому аспектах. Такі зміни покликані, насамперед, забезпечити прозорість для реалізації адміністративних процесів й виключення їх можливого дублювання у процесі реалізації функцій органами влади, з іншого – сприяти створенню центрів відповідальності за проектування та реалізацію системи забезпечення розвитку інформаційної сфери. Враховуючи визначення системи забезпечення розвитку інформаційної сфери як способу вирішення суперечностей явища або процесу в державному управлінні, етапність реалізації дій, які базуються на ключових принципах, цільовій орієнтації, діяльності щодо використання відповідних форм та методів забезпечення, варто конкретизувати, що система як відображення функціональної діяльності представляє собою послідовність реалізації відповідних методів й інструментів забезпечення розвитку в певній сфері [1-2]. Враховуючи те, що інформаційна сфера є елементом реалізації будь-якої функції забезпечення розвитку, то в структурному змісті систему забезпечення розвитку інформаційної сфери варто представити за основними функціями із числа тих, які притаманні управлінській діяльності. Враховуючи практичні особливості їх реалізації, варто згрупувати функції організації і координації та функції аналізу й контролю, функцію управління відповідно до її змісту варто представити у вигляді зворотного зв'язку (рис. 1).

Крім того, реалізація системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, включає сукупність підсистем, окремими блоками та представляє собою сукупність чітких державноуправлінських рішень та дій, які певним чином впливають зі змісту відповідних методів й інструментів, за допомогою яких реалізується кожна функція.

Тому потребує більш детального розгляду зміст системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, який представлений сукупністю методів й інструментів та забезпечувальними заходами для їх реалізації. Методами, які передбачають реалізацію функції планування є насамперед стратегічне планування та прогнозування інформаційної діяльності загалом та відповідних органів влади на всіх рівнях управління.

Так, аналітичні системи, які використовуються в системі забезпечення розвитку інформаційної сфери, в основному мають характер інформаційних або ж інформаційно-довідкових систем, у свою чергу саме аналітична компонента є до сьогодні проігнорованою. Головною причиною такого стану є насамперед принципові теоретичні труднощі, які пов'язані із відсутністю ефективних методів й моделей, які давали б можливість описувати та досліджувати досить складні нелінійні системи й перебіг процесів у них із досить високим рівнем достовірності та адекватності в умовах недостовірної й неточної інформації за практичної участі особи. Досить відомі методи й моделі щодо вирішення не достатньо структурованих проблем певним чином передбачають використання відповідних суб'єктивних методів та об'єктивних моделей для їх вирішення, що накладає значні обмеження на можливість для повної автоматизації відповідних інформаційних процесів.

Для проведення стратегічного аналізу в суспільно-політичній сфері використовуються такі програмні продукти: World Even/Interaction Survey (WEIS), Conflict and Peace Data Bank (COPDAB), Violent International Conflict Data Project (VICDP), The Computer Aided System for Analyzing conflicts (CASCON), International Political Interactions (IPI), Cognitive System for the Modeling of Strategy (CoSMoS) [3].

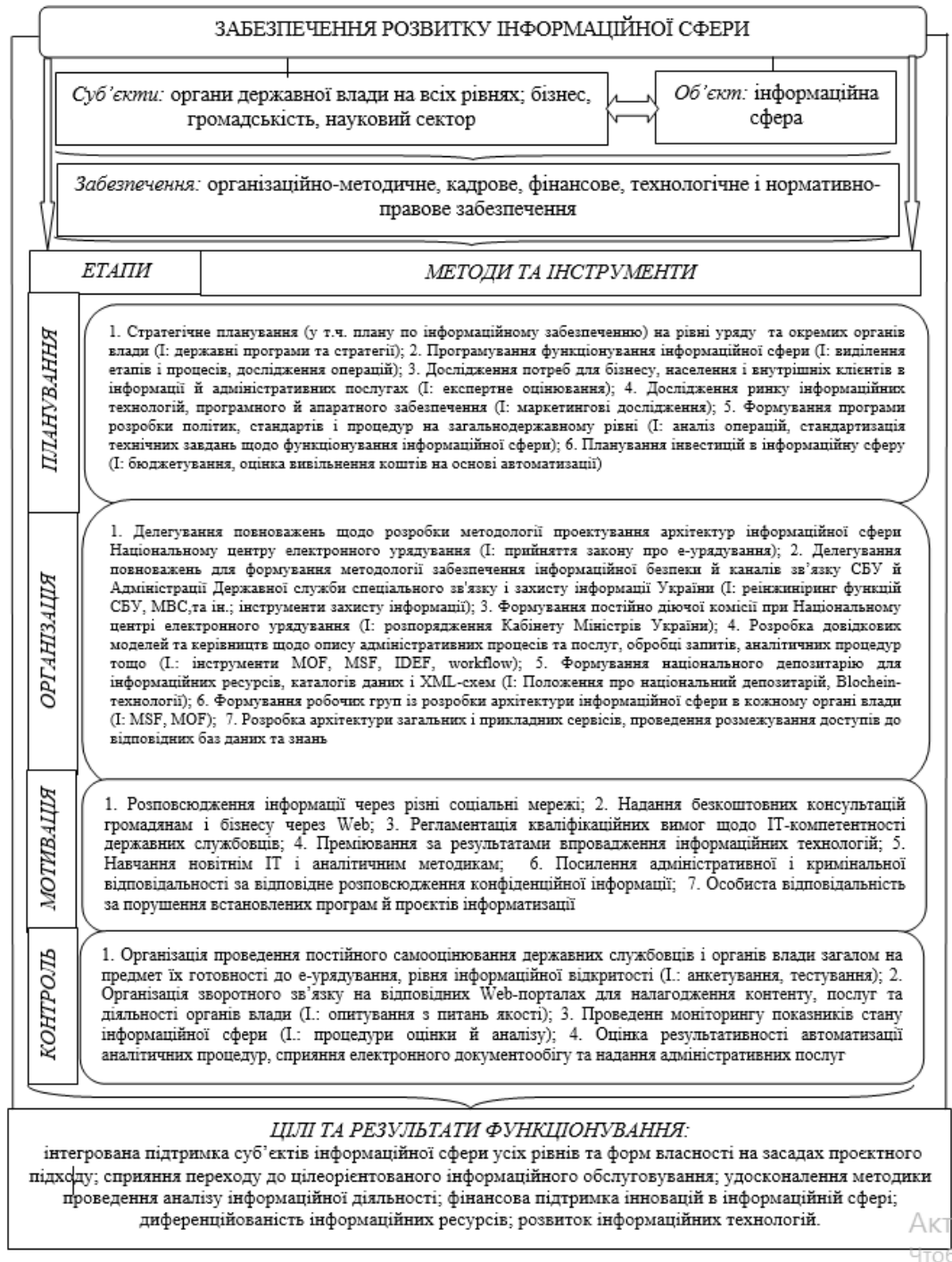


Рис. 1. Теоретичний вимір базових концептів забезпечення розвитку інформаційної сфери економіки  
Джерело: розроблено автором.

У свою чергу, попередній етап для реалізації такого методу повинен передбачати різні змістові складові: представлення змісту інформаційно-аналітичної роботи для кожного із учасників системи забезпечення розвитку у відповідності до покладених на них функцій; представлення потреб бізнесу і населення в змісті й інтерфейсі щодо взаємодії із органами влади щодо питань забезпечення; аналіз ринку інформаційних технологій, які володіють відповідними програмно-функціональними можливостями; ефективне навчання державних службовців щодо змісту інформаційної роботи, яка виконується на основі наведених програмних розробок та користуванню ними.

Таким чином, інструментами реалізації такого методу є державні програми і проекти інформатизації (що затверджуються Постановами або ж розпорядженнями Кабінету Міністрів України); відповідні маркетингові дослідження (варто реалізовувати у контексті діяльності Національного центру електронного урядування); також навчання персоналу (сприяння підвищення кваліфікації у Національному центрі

електронного урядування). Комплекс методів й інструментів реалізації функції передбачає сукупність складових, які перш за все пов'язані із організаційним забезпеченням системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, тому їх варто розглядати у комплексі. Зауважимо, що в Україні попри проведену реформу державного управління, на сьогодні склалася досить непрозора та громіздка система забезпечення розвитку інформаційної сфери.

Так, до складу уряду входять Міністерство культури та інформаційної політики України та Міністерство цифрових трансформацій, до повноважень яких входить забезпечення функціонування відповідних державних інформаційних ресурсів. Тому зі змісту такого повноваження досить логічно випливає, що забезпечення розвитку інформаційної сфери, зокрема виконавча гілка влади, має реалізуватись саме такими міністерствами.

У свою чергу в структурі органів влади також функціонує Державне агентство із питань електронного урядування України, яке підпорядковується безпосередньо Кабінету Міністрів України через Віце-прем'єр-міністра України та Міністра регіонального розвитку, будівництва і житлово-комунального господарства.

Також суб'єктами забезпечення виступають Національна комісія, яка здійснює забезпечення розвитку у сфері зв'язку й інформатизації, яка безпосередньо підпорядкована Президенту України та до компетенції якої входить насамперед розробка норм, стандартів й технічних регламентів у сфері забезпечення програмного забезпечення, структури інформаційних ресурсів, електронного документообігу та обміну інформацією для органів державної влади на всіх рівнях і реалізація у межах своїх повноважень забезпечення і координації діяльності щодо формування й використання відповідних державних електронних інформаційних ресурсів, сприяє веденню Національного реєстру для електронних інформаційних ресурсів відповідних органів державної влади. До таких суб'єктів також належать Служба безпеки України, яка насамперед підпорядкована Президенту України й має реалізовувати заходи щодо контррозвідального захисту соціально-економічних інтересів держави у сфері забезпечення інформаційної безпеки, та функцію якої певним чином частково дублює Міністерство культури та інформаційної політики.

Функціонує також Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку і захисту інформації України, яка підпорядкована Кабінету Міністрів України, що забезпечує формування й реалізує державну політику щодо організації зв'язку, захисту інформації, користування радіочастотним ресурсом України, функції щодо якої перекликаються із функцією інших органів. Також, органами, які мають у своєму розпорядженні певні спеціальні інформаційні ресурси, є Державна архівна служба України, яка вже підпорядковується Міністерству юстиції України, і Державна служба України з питань геодезії, картографії і кадастру, що підпорядкована віце-прем'єр-міністру та міністру з питань регіонального розвитку, будівництва і житлово-комунального господарства України. У свою чергу, визначити порядок щодо підпорядкування через відповідні повноваження віце-прем'єр-міністрів у Кабінеті Міністра України з відкритих джерел практично неможливо, адже чіткий розподіл таких повноважень скасовано відповідною Постановою КМУ від 09.07.2008 № 712.

Серед методів мотивації формування та реалізації системи забезпечення розвитку інформаційної сфери, підтримки її функціонування і ефективного використання варто віднести такі:

1) щодо популяризації е-урядування, включаючи питання надання адміністративних послуг та отримання необхідної інформації: розповсюдження достовірної інформації про функціональні можливості всіх порталів органів влади шляхом використання соціальних мереж, налагодження комунікаційних системи профільних міністерств із підпорядкованими установами, відповідними бізнес-асоціаціями, громадськістю тощо; проведення безкоштовних консультацій через різні web-портали;

2) щодо стимулювання підвищення кваліфікації державних службовців у сфері інформаційних технологій: встановлення рівня кваліфікаційних вимог до тих працівників, які безпосередньо пов'язані із аналітикою, щодо компетентностей в сфері комп'ютерних технологій; диференціація оплати праці проводячи надбавки державним службовцям, які володіють високим рівнем компетентності в сфері інформаційних технологій тощо;

3) щодо забезпечення інформаційної безпеки: внести до Кодексу України про адміністративні правопорушення відповідні зміни, які стосуються посилення рівня відповідальності за порушення законодавства щодо захисту персональних даних та доступу громадян до інформації;

4) щодо підвищення відповідальності кожного учасника системи забезпечення розвитку інформаційної сфери за порушення програм і проєктів інформатизації [4-5].

До складу методів та інструментів аналізу, обліку і контролю, які реалізуються в запропонованій системі забезпечення розвитку інформаційної сфери варто віднести наступне: введення критеріїв оцінки якості роботи державних службовців в інформаційній сфері; проведення спільних круглих столів із представниками різних експертних організацій (think tanks), відповідними бізнес-асоціаціями, громадськими організаціями та іншими із питань функціональності і зручності інтерфейсів й можливостей порталів органів державної влади, з метою подальшого врахування їх рекомендації для удосконалення системи забезпечення розвитку інформаційної сфери; сприяння організації зворотного зв'язку на сайтах представників органів влади із питань прийому звернень громадськості і бізнесу у сфері регуляторних дій держави із чітким



описом процедури відповіді; проведення моніторингу ключових точок для кожного етапу розробки та впровадження системи забезпечення розвитку інформаційної сфери; проведення експертної оцінки результативності забезпечення розвитку інформаційної сфери і прийняття рішень щодо технологічного, кадрового, нормативно-правового забезпечення безпосередньо за її результатами [6].

Отже, реалізація системи забезпечення розвитку інформаційної сфери у вигляді зворотного зв'язку функцій передбачає прийняття виважених рішень щодо перегляду існуючої архітектури органів влади, удосконалення технологічної й інформаційної інфраструктури, інноваційно-інвестиційних планів, організація перерозподілу повноважень і відповідальності, впровадження засобів мотивації, удосконалення методології, проведення поетапного реінжинірингу адміністративних процесів у випадку не ефективності функціонування системи забезпечення розвитку інформаційної сфери.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Системний підхід до забезпечення сталого розвитку інформаційної сфери національної економіки передбачає необхідність врахування реальних умов функціонування та державного регулювання інформаційної сфери, а сама система повинна включати чіткий алгоритм взаємодії всіх її складових елементів. У цілому систему забезпечення розвитку інформаційної сфери представлено у вигляді концептуальної схеми, ключові параметри, якої визначають зміст управлінських дій, основні функції і можливі варіанти рішень. Ключовими питаннями, які підпадають під вплив системи забезпечення розвитку інформаційної сфери сучасності, є: своєчасне та якісне задоволення потреб громадян, юридичних осіб та держави в інформації (врахування особливостей споживачів інформації; рівень якості інформаційних продуктів або послуг, які виробляються і надаються учасниками інформаційної сфери); дотримання принципів моралі, науковості, своєчасності, актуальності тощо в інформації, яка подається за результатами функціонування інформаційної сфери; поширення інформаційних продуктів або ж послуг, які виробляються і надаються органами влади, громадськістю, засобами медіа- й інформаційно-комунікаційних технологій.

#### Література

- 1 Ястремський О. І. Моделювання економічного ризику / О. І. Ястремський. К.: Либідь, 1992. 176 с.
- 2 Ліпкан В. А. , Максименко Ю. С. , Желіховський В. М. , Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції, К.: КНТ, 2006.
3. Голубев В. О. Інформаційна безпека: проблеми боротьби зі злочинами у сфері використання комп'ютерних технологій / В. О. Голубев, В. Д. Гавловський, В. С. Цимбалюк ; за заг. ред. Р. А. Каложного. Запоріжжя: Просвіта, 2001. 252 с.
4. Маруніч А. В. Захист інформації як основна складова економічної безпеки підприємства. Управління розвитком. 2014. № 14. С. 130-132.
5. Гордієнко С. Б., Микитенко О.С., Данильчук В.Г. Методи та рекомендації забезпечення інформаційної безпеки консалтингової компанії. Вісник ДУІКТ. 2013. № 1. С. 104-107.
6. Ясенев В. Н. Информационная безопасность в экономических системах : учеб. пособ. / В. Н. Ясенев. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2006. URL: <http://ebib.pp.ua/informatsionnaya-bezopasnost-ekonomicheskikh88.html>.

#### References

1. Yastremskij O. I. (1992) Modelyuvannya ekonomichnogo riziku. [Economic risk modeling] 176 s.
2. Lipkan V. A. , Maksimenko Yu. Ye. , Zhelihovskij V. M. (2006) Informacijna bezpeka Ukraini v umovah yevrointegraciyi [Information security of Ukraine in the conditions of European integration] K.: KNT, 2006.
3. Golubev, V.O., Havlovskiy, V.D. and Tsymbaliuk, V.S. (2001), Informacijna bezpeka: problemi borotbi zi zlochinami u sferi vikoristannja kompjuternih tehnologij [Information security: challenges to combat crimes in the sphere of computer technologies], zag. red. Kaljuzhnyj, R.A., Prosvita, Zaporozhye, Ukraine.
4. Marunich, A.V. (2014), "Information security as a basic component of economic security", Upravlinnja rozvitkom, no. 14, pp. 130-132.
5. Gordienko, S.B., Mikitenko, O.S. and Danilchuk, V.G. (2013), "Methods and Recommendations Information security consulting company", Visnik DUKIT, no. 1, pp. 104-107.
6. Jaseniv, V.N. (2006), Informacijna bezpeka v ekonomichnih sistemah [Information security in economic systems], tutorial, NNNU, Novgorod, Russia, available at: <http://ebib.pp.ua/informatsionnaya-bezopasnostekonomicheskikh88.html>.

Рецензія/Peer review : 11.10.2018 Надрукована/Printed : 06.12.2018

Повні вимоги до оформлення рукопису  
<http://vestnik.ho.com.ua/rules/>  
За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Підп. до друку 30.11.2018. Ум. друк. арк. 37,03. Обл.-вид. арк. 35,82  
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.  
Наклад 100, зам. №

---

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого  
редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

---

Редакційно-видавничий центр Хмельницького національного університету  
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (0382) 72-83-63