

ISSN 2311-3413

scientific journal

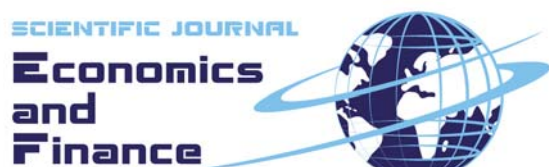
issue 4

Economics

and

2018

Finance



INDEX  COPERNICUS
INTERNATIONAL

RSCI / РИНЦ
Science Index 

 **ULRICHSWEB**TM
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

2018

Editor-in-Chief:

Prof. Svetlana Drobyazko, Ukraine

Editorial board:

Atamas Peter, Ph.D. in Economics, Professor Alfred Nobel University, (Dnepropetrovsk, Ukraine);

Andris Denins, Dr.oec., Professor, University of Latvia (Rīga, Latvia);

Andrej Udovč, Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics, Univerza v Ljubljani (Slovenia);

Valery Babich, Doctor Hab. in Economics, Professor, Association of Russian scientists of Massachusetts (Boston, USA);

Brezina Ivan, prof. Ing., CSc., Faculty of Economic Informatics, University of Economics in Bratislava (Slovakia);

Czempas Jan, Doctor Hab. in Economics, Professor, University of Economics in Katowice (Poland);

Dimitar Kanev, Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics (Varna, Bulgaria);

Khaydarov Nizamiddin, Doctor Hab. in Economics, Professor, Tashkent financial institute the Republic of Uzbekistan;

Konstantin Savov Kalinkov, Doctor of Economics, Professor (Varna, Bulgaria);

Nedelea Alexandru-Mircea, Associate Professor Ph.D at Stefan cel Mare University of Suceava (Romania);

Okulich-Kazarin Valeriy, Doctor of Educational Sciences, Professor, Pedagogical University of Cracow (Poland);

Pavlov Konstantin, Doctor Hab. in Economics, Professor, Izhevsk Institute of Management (Russia);

Dr. Parikshat Singh Manhas, Ph.D, Director of School of Hospitality and Tourism management and Professor in The Business School University of Jammu (Jammu & Kashmir, India);

Pelikh Sergey, Doctor Hab. in Economics, Professor, Academy of Management under the President of the Republic of Belarus (Minsk, Belarus);

Dr. Reena Agrawal, PhD in Entrepreneurship, Assistant Professor Accounting, Jaipuria Institute of Management, Lucknow (India);

Ruta Šneidere, PhD. in Economics, Docent, University of Latvia (Rīga, Latvia);

Venelin Terziev, Professor Dipl.Eng., Ph.D., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.), University of Telecommunications and Post (Sofia, Bulgaria);

Jarosław Jerzy Turlukowski, PhD in Law, Assistant professor Institute of Civil Law University of Warsaw (Poland);

Nada Vignjević-Djordjević, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor State University (Novi Pazar, Serbia);

Shatalova Nina, Doctor Hab. in Social Sciences, Professor, Ural State Railway University (Russia);

Karpenko Lidiia, Doctor of Economic Sciences, Professor, Odessa National Polytechnic University (Ukraine);

Lysenko Denis, Associate Professor of Moscow State University named after M.V. Lomonosov (Moscow, Russia);

Hilorme Tetiana, Ph.D. in Economics, Assistant Professor, Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine).

WARNING

Without limitation, no part of this publication may be reproduced, stored, or introduced in any manner into any system either by mechanical, electronic, handwritten, or other means, without the prior permission of the «Economics and Finance».

© «Economics and Finance», 2018

CONTENTS

Irena Pekarskiene, Ruta Blikiene, Sima Sarlauskaite. THE INTERFACE BETWEEN COMPETITION POLICY AND COUNTRY'S ECONOMIC GROWTH: THE CASE OF LITHUANIA	4
Nikiforov Petro, Babukh Ilona. TRUST AND VALUES OF CONSUMERS IN THE INNOVATION SYSTEM OF RELATIONSHIP MARKETING	16
Golovnina O.G. METHODOLOGICAL ASPECTS FORMATIONS OF THE SOCIAL CAPITAL	27
Efremova N.F., Kovalenko E.V. HUMAN CAPITAL AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	35
Karpyshyn N. I. PERSONAL SAVINGS IN THE BANK: CRITERIA OF THE OPTIMAL ALLOCATION	49
Latysheva O. V., Milyavskiy M.Y., STUDY OF THE STATE AND PROSPECTS OF IT-SECTOR DEVELOPMENT TO PROVIDE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE	56
Lyubenova A. LIQUIDITY IN THE CONTEXT OF THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF FARMS	66
Manuilova K.V. TRADITIONS AND NEWS DECENTRALIZATION OF PUBLIC AUTHORITIES OF EUROPE COUNTRIES: EXPERIENCE FOR UKRAINE	75
Orlenko O.V., Nosova I.A., MANAGEMENT OF QUALITY AND SAFETY OF FOOD PRODUCTS - THE BASIS OF COMPETITIVENESS OF PUBLIC FOOD ENTERPRISES	82
Punko B.M. REGULAR INDICATORS OF STABILIZATION AND LOCKS OF ECONOMY: GLOBAL AND MACROECONOMIC LEVELS	89
Sembiyeva L.M., Beisenova L.Z., Zhagiparova A.O., NECESSITY OF STATE REGULATION OF INSURANCE MARKET	105
Semenov V.F., Niecheva N.V., THE PRIORITY OF INBOUND INTERNATIONAL TOURISM IN THE CONTEXT OF THE TASKS OF REGIONAL DEVELOPMENT	114
Sukhorukova Olga. PROBLEMS OF STATISTICAL ACCOUNT IN THE MEDIAINDUSTRY	122

УДК 65.013

JEL Classification: K21, L44, C1.

Irena Pekarskiene,

Professor, PhD,

Ruta Blikiene,

Lector

Sima Sarlauskaite,

Student

Kaunas University of Technology, School of Economics and Business, Kaunas,
Lithuania

THE INTERFACE BETWEEN COMPETITION POLICY AND COUNTRY'S ECONOMIC GROWTH: THE CASE OF LITHUANIA

***Abstract.** Competition policy relevance and positive effects are widely discussed on the micro-economic level, however, the studies that analyze the impact of competition policy on the overall economy of the country are very limited. This article discusses competition policy implementation in the European Union and Lithuania, analyzes the effectiveness of competition policy, the latter's influence over the country's economic factors as well as the case of Lithuania is analyzed, in order to examine the impact of competition policy on the country's economy. The results revealed that Lithuania competition policy has a significant impact on productivity and investment growth in the country which leads to the growth of real GDP, also there is a noticeable direct link between competition policy maintenance funding and foreign direct investment as well as the number of enterprises in the country. However, the research showed that competition laws have no significant effect on inflation.*

***Key words:** competition, competition policy, economic growth, gross domestic product, correlation analysis.*

Introduction

Competition is an essential prerequisite for the functioning of a market economy which ensures the optimal production volume, the satisfaction of consumer needs. Also, competition in the market provides the production efficiency of the undertakings as well as economic resources are effectively distributed all over the country's economic scale. There is no doubt that competition will also promote technology development, new business ideas search. Finally, competition is a crucial condition for the successfully functioning market economy. However, to achieve the economic benefits (higher profits, market share gains, risk reduction or the number of competitors' limitation etc.) undertakings often become involved in the activities which are harmful for the competitive market (agreements between companies that restrict competition, abuse of a dominant position, mergers etc.) as well as have a negative impact on the consumers' welfare and everyone involved in the market. Pekarskiene and Bruneckiene (2015) study showed that in Lithuania companies are more likely to make prohibited agreements when economy is growing rather than an economic downturn.

The market economy itself does not guarantee fair competition, in such cases state intervention is a necessity to ensure further successful operation of the

competition, so countries implement the competition policy. Stanikūnas (2009) defines the essence of the competition policy as the competition between undertakings, in accordance with certain rules, laws, acts that prohibit from achieving economic benefits by monopolizing markets, abuse of a dominant position, making agreements between companies that restrict competition (cartels etc.). The competition council and the courts are responsible for checking that undertakings comply with the competition rules. Meanwhile the European Commission (2012) defines competition policy as the rules in order to ensure fair competition between undertakings. Similarly, the latter concept is defined by Motta (2007). Jones and Sufra (2004) names competition policy as a series of measures which are created for promoting the formation of competitive market structures and fair behavior of market participants. Klimašauskienė (2006) argues that it is the economic and social objectives as well as the measures used for their proper implementation to protect the national economy from any action destroying or restricting competition in the market. No matter how the competition policy is defined, as Bruneckienė et al. (2014) states, the competition policy effectiveness depends on the implementation of the established mechanism.

The basics of the competition policy in the US was created by the Sherman Act (1890), Clayton Act (1914) and the Federal Trade Commission Act. European competition policy was started after the Second World War, to encourage the development and integration of domestic markets. It is important to emphasize that from 1890 to 1990 only a few countries have introduced competition laws, however, since 1990 it occurred radical changes because countries started a massive adoption of competition laws - currently more than 100 countries had adopted competition policy (Gutmann and Voigt 2014). It is obvious that this trend reflects the positive impact of competition policy in the country, regardless the country's level of development. Competition policy relevance and positive effects are widely discussed on the micro-economic level, however, the studies that analysis the impact of competition policy on the overall economy of the country are very limited. According to Gutmann and Voigt (2014) most studies analyzing the economic impact of competition policy at national level often rely on subjective indicators and uses a suitable inappropriate approach.

Over the last decade there have been several studies published analyzing the impact of competition policy on the country's economy. Hylton and Deng (2007) analyzed the relationship between the areas that competition laws cover, their effectiveness and efficiency of anti-trust policy. Borrell and Tolosa (2008) and Ma (2011) examined the direct relationship between competition policy and the production volume. Clougherty (2010) analyzed the connection between the budget of competition policy and country's economic growth rate. Sama (2013) also investigated the effectiveness of competition policy depending on the activities of the anti-trust authorities. It is important to mention Petersen (2013) studies in which he analyzed the consequences of the competition law introduction, with its focus on country's income and economic growth. The most recent study analyzing the influence of competition policy at macro level, by Gutmann and Voigt (2014), investigates the direct link between economic growth and the adoption of competition

policy in the country. Generally, studies analyzing competition policy impact to the country's economic growth was based on the developed countries, where the adoption of competition policy has a long history and the competitive culture, practice is highly developed in the society, while there is little research on the countries with developing competition culture. In Lithuania, the competition policy was introduced in 1999 after the Competition law was launched and the main competition authority - Lithuanian Competition Council was established.

The aim of the article is to assess the connection between competition policy and economic growth.

Methods: logical comparative analysis and synthesis of scientific articles, statistical analysis and summary, graphical analysis, correlation analysis.

The Concept of Competition Policy and Its Enforcement Mechanism

Competition is a natural economic condition in which the market mechanism encourages competition among economy participants. Competition is one of the main elements of economic policy as well as the basis for the efficient functioning of the market to ensure the country's growth, however, the market cannot always ensure fair competition. Klimašauskienė (2006) states that even free, unregulated market does not necessarily ensure that the goods are produced at the lowest costs or consumers purchased the number of goods, which is the solvent demand, as well as that the operators will want to compete, ensuring fair actions (not attempting to make an unfair agreement in order to get a monopoly profit). Such situations are possible since market relations are limited and market mechanism cannot solve certain problems itself. One of the limitations of the market is the power of buyer or seller since the market cannot prevent the formation of such power or the use of it. Thus, under certain conditions, the market is not capable of ensuring competition between the participants of economy and its benefits to consumers. Society perceive competition as a significant benefit to the economy, however, for the individual undertakings or a group of them competition is associated with the risk or certain effort (saving by reducing the costs, customer desires anticipation, investment in the new technologies, tracking competitors). In order to reduce competition, uncertainty and related risks, companies are trying to coordinate their actions or to take advantage of a dominant position etc. When the market mechanism itself cannot ensure competition, the state must adopt and develop competition policy. In order to understand the essence of the competition policy, it is important to distinguish the main objects of the policy. Major aim of the European Union's competition policy is to ensure that competition is not distorted. Stanikūnas (2009) states that the cornerstone of the competition policy is to assure economic well-being. The main competition purpose consists of minor objects such as the welfare of consumers, producers' prosperity, economic freedom, small and medium-sized enterprises protection, market integration etc. All these targets are interconnected and only an integrated adoption would increase the economic well-being of the country or the group of countries.

In order to implement competition policy, it is important to create an efficient mechanism. Stanikūnas (2009) emphasizes that competition policy efficiency depends on the components of the policy, their level of functioning, cooperation.

Competition law, legislators, government, antitrust authorities and courts interacts in the competition policy system. The Competition Act is the main law regulating competition. It is applicable to all sectors and activities of all forms of ownership. Other competition laws may provide for exemptions from the Competition Act depending on the specific industry (regulating monopolies etc.). Government is responsible for the Competition Law control, its proper functioning.

Lithuania competition policy mechanism consists of the Treaty on the European Union (TFEU) Articles 101-109 of the competition rules of the EU internal market, which prohibits restrictive agreements between enterprises, companies that occupy a dominant position in the market is prohibited to abuse their position so as not to affect a trade between Member States and Lithuanian Law on Competition. Competition Act of the Republic of Lithuania, whose main purpose is to protect the freedom of fair competition in the Republic of Lithuania, as well is regulating competition which restricts or may restrict public and local institutions' and unity's activities and acts of unfair competition, determine rights, duties and the responsibility of these institutions and entities and the restriction of competition and unfair competition control legal bases in the Republic of Lithuania. It is also emphasized that the law aims to the Republic of Lithuania and the European Union's competition law compatibility (Lietuvos Respublikos Seimas, 1999). Thus, the European Union's competition policy has a significant impact on the Lithuanian competition policy, since Lithuania joined the European Union competition law has been harmonized with the European Union politics and the Lithuanian Competition Council has become the European Union's competition Institutes chain. For decisions relating to infringements of competition, Lithuania antitrust authorities may consult with the European Commission's competition authority and vice versa, since becoming the European Union's State, Lithuanian authorities controlling competition became responsible not only for the Lithuanian competition law, but also for the Law on European Competition supervision. Thus, the European Commission is an important Lithuanian competition policy framework. It is important to mention that from July 2011 The Ministry of Economy is competition policy maker in Lithuania, and the general competition policy implementing body is Lithuanian Competition Council, which pursues the Lithuanian Law on Competition oversight to ensure that state's governing bodies and other public institutions do not restrict the competition. The role of public administration bodies is important to Lithuanian competition politics, as the Seimas adopts and controls the functioning of the Competition Act, and the Government proposes amendments to the Parliament to ensure an effective competition policy. The administrative courts are also a part of Competition Policy system, which deal with competition law infringement disputes. After Lithuania's accession to the European Union, the administrative courts, resolving disputes on European competition law, can co-operate, in collaborating with the European Commission's Directorate-General for Competition, which contributes to the implementation of European competition law. As well there is a competition policy specifics in Lithuania, which are characterized by the low population / number of users and the oligopolistic market, therefore, it must be carefully evaluated competition law (prohibition to abuse a dominant position etc.) also it is paid great

attention to the existence of entry barriers set to take into account the potential mergers and acquisitions (Stanikūnas, 2009).

During the intensification of the globalization process, the business is not limited to the local market, but aims to become a leader in the international markets. Desire to dominate in international markets, facilitate conditions for competition violations' forming internationally. In the European Commission's view, because of existence of the cartels, Europe each year suffer from 13 to 37 billion damages, as well, studies show that it is the international agreements that raises prices from 30% to 33%, while the country's cartels - from 17% to 19% (Commission of the European Communities, 2008; Lande and Connor, 2005). For these reasons, it is particularly relevant to analyse not only the country's competition policy mechanism of action, but also the European Union's competition policy's aims and the principle of operation of nuclear grade. Substantial competition policy's aim of Community is to ensure that competition is not distorted. Honnefelder (2016) states that European Union competition policy prohibits corporate anti-competitive practices: restrictive agreements, the abuse of a dominant position, Union-wide mergers and takeovers are controlled, the state aid granted to companies or products in order to maintain undistorted competition. Competition rules are applied in the public sector, public services, and the services of general interest.

The main European Union institution responsible for these competition dispute resolution, and the Law of Competition supervision, the European Union's competition policy improvement and the formation is the European Commission. The latter controls and prohibits anti-competitive agreements (particularly relevant cartels), the abuse of a dominant position, mergers and acquisitions and public support. One of the most popular ways to restrict competition are prohibited agreements between operators - illegal cartels or other agreements that the company restricts competition. By secret (e.g., Cartels) or open agreements companies can 1) limit production; 2) determine prices; 3) allocate the markets or customers in order to become a monopoly; 4) determine the resale prices (in vertical cartel) (European Commission, 2012). Restrictive agreements are among the most dangerous acts of unfair competition, since it makes a direct impact on the user, significantly raising the prices which showed that the average mark-up of cartels is from 20% to 30% (Bruneckienė et al. 2015). European Commission (2017) data from 1990 to 2017 (February) was set 125 cartel cases, involving 825 companies, most of the cartels, 33 cases, detected in 2005-2009 period. Since 1990 until 2017 (February) The European Commission has allocated more than 26.5 billion euros of fines on cartels, the maximum penalty from 1969 was dedicated in 2016 Truck cartel, which amounted to almost 3 billion euros, while for Daimler, the participant in the cartel, was dedicated more than 1 billion fine. No less relevant competition violation is an abuse of a dominant position. A dominant position is not in itself a breach of competition, but an aim to benefit from superior competitor's position, for example, pushing out of the market, is seen as a competition restricting illegal activity. Abuses of a dominant position is considered to be 1) unreasonably high pricing; 2) pull of small business customers by setting artificially low prices that a small company cannot afford to offer; 3) The obstacle for the competitors formation, forcing the consumer to buy a

product that artificially linked with the more popular, marketable products; 4) customer discrimination, refusing to serve or giving special discounts when purchasing all or most of the products or services from the dominant company; 5) a single product sale only together with other product (European Commission, 2012). One of the biggest European Commission's investigation of abuses of dominant position cases is Gazprom domination in Central and Eastern Europe (Bulgaria, the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Slovakia). The gas supplier Gazprom in most Eastern and Central European countries, holds more than 50% market share, or a total monopoly. European Commission (2015b) initiated the survey which shows that company was able to prevent the cross-border gas sales to unfair pricing policies, which could affect the goods, which most of the cost of production consists of energy costs, and possible gas supplies made contingent to obtain a non-commitment of wholesalers for gas transportation infrastructure (e.g., Gazprom possibly coerced a wholesaler to get involved in the South Stream pipeline project in Bulgaria, despite the high costs and uncertain returns). The European Commission is also investigating whether the company violated or potentially infringe the competition rules, it means a that the Commission can act before companies violate the rules, in order to ensure a competitive market (European Commission, 2015a). These cases are particularly relevant in case of a merger, because prior to any creation of an association, large mergers or acquisitions must be notified to the European Commission, which is investigating, whether in the event of those cases competition will not be restricted, usually by creating or strengthening a dominant position in the company. For instance, in 2006, airline company "Ryanair" has informed the European Commission about the desire to take over Irish company "Aer Lingus". After the commission's investigation about the potential impact on the conditions of competitors, it became clear that the merger would create a dominant or even monopolistic "Ryanair" position for 35 flight routes from and to Ireland, so the airline takeover was banned by ensuring a competitive environment and a wider choice for consumers (European Commission 2012). The European Commission, as well, pays particularly huge attention to the EU members' state support for business, since the beneficiary company is gaining an unfair advantage in comparison with similar business sectors in the European Union. Therefore, EU governments are obliged to report on the planned business support in order to explore the potential support for a negative impact on the EU economy. State support is allowed when it provides benefits to society and the economy: for disadvantaged regions, small or medium businesses, nature protection, training, employment, culture, scientific research (European Commission, 2012). In 2014, EU governments have spent more than 101 billion euros support of various sectors of the economy (excluding railways), which represents about 0.72% of the total GDP generated in the EU. State support to various sectors of the economy in Lithuania reached 0.5% of the country's GDP, which most - 102.8 million euros has been earmarked for agriculture and rural development. Meanwhile, the largest aid of governments across the EU - nearly 43,590.2 million euros, given to environmental protection, including energy efficiency (European Commission, 2016). Finally, the European Commission is interested in the liberalised economy, it is to open a general economic interest service

markets to competition, for better quality and cheaper services. This initiative is particularly relevant in countries where the most important service sectors (energy, telecommunications, transportation, water, mail) are controlled by the authorities. As well, the relevant authority in the EU competition policy is the Council, which approves competition legislation, but directly do not participate in the competition infringement cases decision. The last institutions dealing with the damage to competition are the courts and with disputes relating to infringement of the competition: Court of first Instance (CFI) and the European Court of Justice (ECJ). Court decisions have an impact on the European Commission, forcing to improve, reform legislation (Stanikūnas, 2009). Studies have shown that competition policy is a complex process involving many institutions and requiring a lot of financial and human resources. Researches started by the authorities responsible to initiate investigations on the competition supervision, regardless of whatever the outcome could be, is a strong signal to all economic operators that violation of the competition laws can experience significant penalties, contribute to the competition as the universal value of nurturing.

Competition Policy and Economic Growth Connection Methodological Justification

There is no doubt that competition policy is truly relevant in today's economy and its implementation will have a positive impact on individual economic entities. Over the past 10 years several researches have been carried out, analysing the competition policy impact on the macroeconomic level but one of the most relevant studies have been introduced by Gutmann and Voigt (2014), which examined the competition policy impact on the country's economic growth. Relying on the differences-in-differences model and the analysis of 1971-2012 data, the authors demonstrated that the implementation of the competition policy directly affects the country's economic growth, increasing the country's annual economic growth of 2 to 3 percentage points. However, this growth is driven not by the productivity growth (TFP), although it was assumed that the application of competition policy stimulates competition thus increasing productivity. It has been shown that the application of competition policy has a direct and positive effect on investment, as exclusionary practices are prohibited uncertainty regarding the competitive environment could fall, what determines the general attraction of investments and the country's GDP growth. However, it observed that this phenomenon only works in low-income economies. What it is more, the aim was to find out what factors in competition policy has the greatest impact on those results, 4 main factors were distinguished: remedies, domination, merger control, trade restrictions, but none of the aspects were statistically significant. Also, the impact on foreign direct investment (FDI) was analysed, assuming that the application of competition policy will reduce international operators' uncertainty regarding competitive environment when investing, however no statistically significant relationship was found.

Meanwhile, Ma (2011) argues that the relationship between competition policy and productivity growth exists. However, the study analysing 101 countries showed that the impact of competition policy depends on each country's level of

development. It is argued that in less developed countries, the value of competition law is very limited, thus competition policy empowerment does not provide neither benefit nor harm to the country's economic growth and market competitiveness. Meanwhile, in developed and middle-income countries competition policy impact on economic growth depends on the government's efficiency, in competition law: it is important to implement effectively functioning mechanism of competition policy, in other cases, competition law enforcement can even slow down economic growth. However, Sama (2013) based on the survey data explains that the competition policy in developed countries is useful for making a direct impact on the competitiveness of the country, thus affecting the economic consequences. Meanwhile, in developing countries, competition policy influence depends on the competition authority functioning quality, however, in any case, the competition authority development is beneficial to the market.

Petersen (2013) also sees a positive relationship between competition policy and economic growth. According to the survey (carried out in 154 countries from 1960 to 2005) application of competition policy provides mentioned economic benefits (have an impact on GDP per capita growth and economic growth) after ten years of policy input since the authorities are able to create effective competition enforcement mechanism. However, analysed connection between competition policy and democratic quality is not obvious and statistically significant. The relationship between competition policy and economic growth of the country was also investigated by Borrell and Tolosa (2008). A 52-country study showed that competition policy effectiveness is directly related to productivity.

Competition policy entrenchment leads not only to the direct economic growth but also affect social factors, which may encourage country's progress in the future, and therefore a more rapid economic growth. Gutmann and Voigt (2014) examined the relationship between competition policy and the perception of corruption level, assuming that development of competition law reduces (perceived) corruption. Relying on ICRG corruption indicators research showed that competition policy development causes a significant decline in perceived corruption, considering developing countries. However, this relationship is not relevant in developed countries, as the correlation between corruption and income is negative.

Empirical Analysis of the Competition Policy Impact on Economic Growth

Competition policy efficiency in the country depends on the functioning level of the mechanism that it consists of. It is obvious that in order to create an effective competition policy mechanism state resources for the enforcement of competition policy are essential. As previously discussed, one of the most important parts of the Lithuania's competition policy mechanism is the Lithuanian Competition Council which controls and regulates the competitive environment. In order to ensure proper implementation of competition policy, the government allocates appropriations to the Competition Council, which will be considered as investments in effective enforcement and supervision of competition policy in Lithuania (see Figure 1).

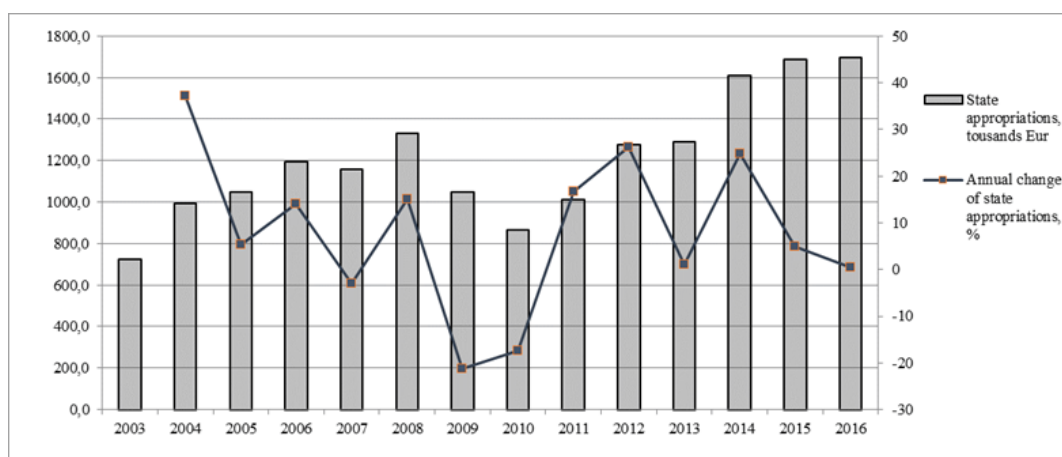


Figure 1. Lithuanian state budget funds allocated to the Competition Council in 2003 -2017

Source: Lithuania Competition Council, 2017

Although the budgetary allocation has tended to increase, because of the economic crisis in 2009 and 2010 allocation change was negative. In order to clarify competition policy impact on the country's economy, it is important to define the macro-economic indicators, which are sensitive to the competitive environment changes. According to Gutmann and Voigt (2014) the real GDP growth will be analysed, which should be increasing since creating a competitive environment for business increases dynamic economic efficiency. In order to investigate which factors specifically are affecting real GDP growth, productivity and investments will be analysed. Productivity growth can be encouraged by a formation of better competitive conditions, as well as the intolerance of anti-competitive behaviour in the market may reduce or eliminate the uncertainty regarding the competitive environment, which may lead to significant domestic and foreign direct investment increase. Research will also examine the evolution of the number of enterprises, on the assumption that the creation of a more competitive environment removes barriers for new companies to enter the market. Theoretical studies show that various breaches of competition, such as unfair agreements, abuse of dominant position tends to increase the price level, therefore, in order to determine whether competition policy implementation has the opposite effect on the price level, the study will include the inflation rate. The study period was determined by the availability of data, as information about the state budget funds intended for the maintenance of competition is available only since 2003, so the selected period is 2003-2016. The study relies on the correlation analysis to determine the relationship and its significance between the funds allocated for the competition policy supervision and macroeconomic indicators. In order to verify the significance of correlation coefficient, t-Statistic is used, at a reliable error no greater than 0.05. Correlation analysis results are presented in Table 1.

Correlation analysis showed that there is a significant link between the funding of competition policy maintenance and the country's economic growth. Country 's investments in competition policy maintenance and development encourages domestic investment and productivity growth, which has a direct impact on the real

GDP growth. The creation of fair competitive business environment also encourages investment growth from foreign entities, which directly affects jobs and the creation of added value, innovation and technological progress.

Table 1

Correlation analysis results of funding for the maintenance of competition and macroeconomic indicators

Indicator	RGDP, mln EUR	Foreign direct investment, mln EUR	Investment, mln EUR	Productivity, thousands EUR per employee	Undertakings, units
Correlation	0,8822	0,7809	0,7148	0,7567	0,7654
t-Statistic	6,4903	4,3309	3,5412	4,0095	4,1195
Probability	0,0000	0,0010	0,0041	0,0017	0,0014

Source: Authors' data

It is important to discuss the relationship between the competition policy funding and the number of enterprises in the country: results showed that there is a significant connection, which means that effectively implemented competition policy (market surveillance in order to avoid monopolies, cartels etc.) create favourable conditions for new start-ups, therefore, the country's economic development. What is more, the competition funding and inflation has not established a link since the calculated correlation coefficient was insignificant. It can be concluded that the price level changes are driven by factors that are not related to infringements of competition or competition maintenance.

Conclusion

Competition policy enforcement is relevant to both developing countries and the economically advanced countries since it directly impacts country's economy. A Lithuanian case study showed that in country with the emerging competition culture, competition policy enforcement has a significant impact on productivity growth as well as it encourages the growth of investments, which results in real GDP growth, hence the country's economic development. Also, productivity growth associated with the enforcement of competition policy in Lithuanian case depends on the government's efficiency in developing competition policy, therefore, it also depends on the resources allocated to competition policy enforcement, content and their effective utilization. Competition policy enforcement in the case of Lithuania is relevant to foreign direct investment, since it eliminates the uncertainty of investing, however, previous researches of this relation is very limited, therefore the more detailed studies analyzing this relationship should be implemented. What is more, Lithuanian case study showed that there is a correlation between the number of enterprises and the establishment of competition policy, since the obstacles (unfair agreements, cartels, etc.) are eliminated which leads to the establishment of the new businesses.

References:

1. Borrell, J. R., and Tolosa, M. (2008). Endogenous antitrust: cross-country evidence on the impact of competition-enhancing policies on productivity. *Applied Economics Letters*, 15 (11), 827-831.
2. Bruneckiene, J., Pekarskiene, I. and Soviene, J. (2014). The critical aspects of Lithuanian competition policy in relation to cartels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 261-267.
3. Clougherty, J. A. (2010). Competition Policy Trends and Economic Growth: Cross National Empirical Evidence. *International Journal of the Economics of Business*, 17 (1), 111-127. doi:org/10.1080/13571510903516995.
4. Connor, J. M. and Lande, R. (2005). How High Do Cartels Raise Prices? Implications for Reform of the Antitrust Sentencing Guidelines. *Tulane Law Review*, vol. 80. American Antitrust Institute Working Paper No. 01-04. doi: 10.2139/ssrn.787907
5. European Commission. (2012). What is competition policy? Retrieved from: http://ec.europa.eu/competition/consumers/why_lt.html.
6. European Commission. (2015a). Overview: making markets work better. Retrieved from: http://ec.europa.eu/competition/general/overview_en.html.
7. European Commission. (2015b). Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Gazprom – Factsheet. Retrieved from: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-4829_en.htm.
8. European Commission. (2016). State Aid Scoreboard 2015. Retrieved from: http://ec.europa.eu/competition/state_aid/scoreboard/index_en.html#tables.
9. European Commission. (2017). Cartel statistics. Retrieved from: <http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf>.
10. Gutmann, J. & Voigt, S. (2014). Lending a Hand to the Invisible Hand? Assessing the Effects of Newly Enacted Competition Laws. doi: org/10.2139/ssrn.2392780.
11. Honnefelder, S. (2016). Competition policy. Retrieved from: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/displayFtu.html?ftuId=FTU_3_2.1.html
12. Hylton, K. N., & Deng, F. (2007). Antitrust around the world: an empirical analysis of the scope of competition laws and their effects. *Antitrust Law Journal*, 74(2), 271-341.
13. Jones, A. & Sufrin, B. (2004). *EC Competition Law*, 2nd edn., Oxford University Press.
14. Klimašauskienė, D. (2006). Konkurencijos politika: teorija ir praktikos aktualijos. *Public Administration Issue* 10, 43-50.
15. Lietuvos Respublikos Konkurencijos taryba. (2017). Retrieved from:// http://kt.gov.lt/uploads/documents/files/administracine_informacija/finansine_ataskaita/fin_2016_3k.pdf.
16. Lietuvos Respublikos Seimas. (1999). Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas (1999 m. kovo 23 d. Nr. VIII-1099). Retrieved from: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.B8B6AFC2BFF1>

17. Ma, T. C. (2011). The effect of competition law enforcement on economic growth. *Journal of Competition Law and Economics*, 7(2), 301-334. doi:org/10.1093/joclec/nhq032.
18. Motta, M. (2007). *Competition Policy. Theory and Practice*. New York: Cambridge University.
19. Pekarskiene, I., & Bruneckiene, J. (2015). The relationship between cartels and economic fluctuations. *Engineering Economics*, 26 (3), 284-294. doi:org/10.5755/j01.ee.26.3.7331.
20. Petersen, N. (2013). Antitrust Law and the Promotion of Democracy and Economic Growth. *Journal of Competition Law & Economics* 9(3),593-636.
21. Sama, D. (2013). The effectiveness of competition policy: an econometric assessment in developed and developing countries. doi:org/10.2139/ssrn.2425335.
22. Stanikūnas, R. (2009). Konkurencijos politika: teorija ir praktika. Monografija. Vilnius: TEV. Albanese R. Overcoming resistance to stability. In. A. Bartlett, T. Kayser (Eds.), *Changing Organizational Behavior*. Prentice Hall Publishing, 1973, p. 418.

UDC 338.47

JEL Classification: M39; D91; O35

Nikiforov Petro,

Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance and Credit,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

Babukh Ilona,

PhD in Economics, Assistant Professor of the Department of Marketing, Innovation
and Regional Development,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

TRUST AND VALUES OF CONSUMERS IN THE INNOVATION SYSTEM OF RELATIONSHIP MARKETING

***Abstract.** It is emphasized that the traditional model of marketing in modern conditions on oversaturated markets has lost its relevance and was replaced by relation marketing in the 2000s, which, in order to fully meet modern requirements should include elements of other marketing and marketing innovations. A whole range of marketing innovations can be singled out (network marketing, related marketing, retromarketing, etc.), while considering the relationship marketing as a business philosophy is not possible to do without the influence of trust and consumer values in the implementation of these innovations. The phenomenon of trust is analyzed as a moral and ethical problem, as well as a conceptual approach of the marketing of trust in the composition of relationship marketing. It is emphasized that the development of the theory of relationship marketing through trust and the values of consumers will provide business and its customers with an effective tool not only in developing a traditional marketing mix, but also in determining the norms of social exchange based on moral and ethical criteria and raising the business reputation of the enterprise.*

***Keywords:** marketing theory, relationship marketing, marketing innovations, hedonistic and functional consumption, trust, consumer values, marketing of trust, trust factors, business reputation.*

The formulation of the problem generally. Modern marketing has shifted from orientation to production and sales to targeting the individual consumer. The traditional marketing model has lost its relevance in today's over-saturated markets. There is a search of new alternative approaches that can satisfy consumers and producers thus, it is a search of new ways of marketing in the current conditions of glut of supply. For this it is necessary to determine possible marketing methods in the current situation, to show the interaction of functional and hedonic approaches, to analyze the possible solution of the problem through the use of the value marketing approach and the marketing of trust. Trust and values are fundamental concepts of social theory and it is very important to implement these concepts in their substantive essence in the conceptual approaches of relationship marketing to modern marketing tools.

Analysis of recent research and publications. Problems of development of marketing of trust and value-based approach in marketing are devoted to the work of both foreign and domestic scientists. They are based on the concept of trust and values that F. Fukuyama [17] regards as a moral system that is not always open to

explicit consideration. The importance of the role of trust and value in the business paid attention A.V. Belyanin [1], R. Blom, H. Melin, A. Sarno, I. Sarno [2], V.M. Heyets [3], R.H. Ivanova [5], M. Zagul and D. S. Kennedy [19], S. Covey [7], F. Kotler [8], Z.M. Morgan and Sh. D. Hunt [12], J.O'Shaughnessy [14], and others. The development of trust marketing was considered by S. Godin [4], S.M. Illyashenko [6], V.M. Naumov [13]. As was by the analysis of scientific sources, the problem of developing of marketing of trust is due to the fact that it has not yet formed into a complete concept. The issues related to the development of theoretical and methodological foundations of trust marketing, approaches to the use of tools and technologies of trust marketing, and assessment of the level of trust need attention.

Allocation of previously unresolved issues that are the part of general problem to which the article is devoted. The phenomenon of trust and values has recently attracted the close attention of scientists and practitioners engaged in social interactions at various levels, this problem is gradually coming to the forefront of research in the field of economic, social and psychological sciences. Many researchers emphasize that values and trust play role of significant social capital. That is why the marketing complex in theory and in practice must "absorb" these categories, determine how they will "work" in the marketing system of relations. The study of trust and values in marketing theory remains incomplete and fragmented. The issues of the "marketing essence" of trust and the development of effective tools have not been resolved, weakly developed factors that determine the trust between market actors, the relationship of marketing values with the principles of marketing, the future prospects of the value approach in marketing. These issues are analyzed more fully or in terms of staging in proposed article.

Formulation of the purpose of the article (statement of the problem). The purpose of the article is to substantiate the role of trust and values in the system of relation marketing in modern conditions using marketing innovations.

Statement of the main material of the study with full justification of the scientific results obtained. The marketing theory, as is known, was formed by the middle of the last century. In the early 1980's. the concept of marketing has undergone a number of changes, called the "marketing crisis" (marketing mid-life crisis). Marketing gradually moved from a focus on production for sale orientation and through it - to focus on the consumer. In the modern world, all actions must be carried out only in accordance with its needs and motives, expressed and unspoken desires. Thus, in the early 2000's. the concept of marketing relationships (sometimes - marketing interactions) has acquired a precise definition and has become firmly established. The structural axis of relationship marketing is the concept of Customer Relationship Management. CRM is a marketing strategy with the active use of information technologies, which includes the compilation and application of extensive databases and allows the company to collect and process customer information in order to create mutually beneficial relationships based on a personal approach. The rise of CRM approach popularity was provided by new emerging technologies in the late 1990's and the advent of the Internet [18, p. 58].

A long-term strategy for the development of an enterprise can be based only on real satisfaction of the needs of consumers. But the problem is that the modern

market is filled with goods "to failure". Virtually all the needs of consumers in goods or services are satisfied. The choice of food, clothing, household items and other things is huge. Needs that can be identified have ended. Due to the abundance of proposals, the consumer himself can no longer formulate his own unmet needs.

Ideas for relationship marketing remain important, although over the past 20 years, a huge number of marketing innovations have emerged that are not always consistent with the concept of CRM and its derivatives. Such marketing innovations can be a large group of receptions related to the marketing of impressions (sensual marketing, related marketing, retromarketing, etc.). These methods contrast the approach of hedonistic consumption with the approach to functional consumption. Under hedonism is understood the doctrine, the principle of which is the search for pleasures and the avoidance of suffering. The moral of pleasures (or hedonism) was founded by Aristippus of Cyrene, a disciple of Socrates. The hedonist seeks the opportunity to live in a society, preserving his independence towards others and own desires, and achieves this only in pleasure: not in anticipation or remembrance of pleasures, but in receiving momentary pleasure. He obeys only the momentary, what the Roman poet Horace expressed, like *carpe diem* ("enjoy the moment"). It's about eliminating everything that either in the past or in the future could interfere with the momentary pleasure. At present, theories and models of relationship marketing do not fully correspond to the phase of the explosion of subjective consumption and the consequent hedonistic claims that led the researchers of consumer behavior to complement traditional, functional theories of consumption with the theory of impressions [18, p. 59].

In order to fully meet the hedonistic requirements, the CRM methodology should include elements of other competing marketing and predominantly marketing innovations. In this context, marketing innovations should not be understood as a fundamentally new, revolutionary marketing, which would replace the old, and therefore out of use marketing. Everything is much simpler: marketing innovations are simply added to the line of existing marketing types to allow businesses to withstand and respond to new challenges of society and consumption, while retaining also earlier approaches, headed by marketing management and the "Kotler" marketing.

You can select a number of marketing innovations, such as: network marketing, social marketing, relationship marketing, experience marketing, related marketing, retromarketing, sensory branding, Knowledge marketing.

The goal of relation marketing among them is to create, develop and maintain long-term relationships that provide mutual benefit to the enterprise and the client. The analysis focuses on the individualization of the client (enterprise, buyer, consumer) and managing long-term relationships between reliable and loyal customers and suppliers [15, p. 260]. The subsequent goal is to correctly select and find goods or services for this client (not vice versa). If formulated more precisely, the goal of one-to-one marketing (or relationship marketing) is to establish and develop relationships with each client and his service, using information technologies and databases to personalize the client. Such individualization of the proposal is the main component in the one-to-one approach, not the attitude or attraction of the

client, even if these components are very important. Close to the concept of relationship marketing approaches are interactive marketing and database marketing, as well as Knowledge marketing.

By the way, Knowledge marketing is a concept that is not yet common in marketing literature. In the approach of Knowledge marketing, enterprise customers become co - creators of organizational knowledge, forming projects (plans) for consumption in the enterprise. The concept of Knowledge marketing involves clients in the process of creating values and experiences. We can say that Knowledge marketing was preceded by marketing empowerment. For empowerment marketing, it is about helping a client to tap into their individual or collective competences in their daily activities, and in particular in that which is related to the consumption of a particular product or service. These same ideas are found in the following approaches: permission marketing, anti-marketing, demarketing and counter-marketing. At the same time, considering relationship marketing as a business philosophy based on strong and continuous contacts between market actors, it is impossible to do without taking into account the influence of trust that is formed in the process of their interaction. Individual researchers even suggest marketing of trust in the framework of the theory of relationship marketing, which will allow for a more concentrated study of the content, prerequisites and factors that influence the development of trust, evaluate its role in strengthening customer relations, and contribute to the financial results of companies. Particularly important is the role of trust in the development of the theory of interaction of business entities in market networks, marketing (distribution, distribution) channels, where there is always a factor of uncertainty of relations and a high degree of vigilance of partners to each other [5].

The most detailed phenomenon of trust is explored in economic theory, sociology and social psychology since these sciences appeared much earlier than relationship marketing. In addition, thanks to the conducted studies on the influence of trust on relationships in various market structures, it can be concluded that the nature of trust is at the intersection of the economic, social and psychological fields of knowledge. At the same time, in spite of all the diversity of approaches to the study of trust, its substantive essence has been insufficiently developed, in fact the psychological essence in general remains beyond the scope of analysis. Credibility is determined, as a factor of beliefs, as a factor of mentality, as a factor of emotion, as an "intangible essence", which has the power.

The development of trust marketing is precisely the use of the basic provisions of socio-economic and socio-psychological theories for the development of marketing tools. This trend is currently presented, though not widely enough, in applied research of marketing problems, in particular, when studying the influence of trust on brand perception (R. Morgan, S. Hunt), in market networks (S.P. Kushch, A.A. Afanasyev), in marketing channels (V.N. Naumov), in personal sales (S. Godin), etc. The main task of the research was to find the relationship between trust and marketing factors that affect the cooperation of market actors.

Summarizing the opinions of authoritative specialists and the conclusions presented in scientific publications, one can say that trust plays an important role in

the system of business relations, being one of the basic values of interaction. In addition, it was found that the impact of trust on the formation of the company's marketing policy had a more complex mechanism than anticipated before. At the same time, in the literature there is clearly not enough practical data on the factors that influence the formation of trust relations between market entities, especially in the conditions of the Ukrainian economy.

Thus, according to Naumov V.N., the conceptual approach to the development of the marketing of trust is that some paradigms are being introduced into the general theory of marketing interaction, developing the conceptual apparatus and the content of commodity, price, sales and communication tools. The main task of trust marketing is to form a deep faith of the interacting parties in decency, reliability, predictability of behavior, implemented in the growth of a "credit of trust", capable, ultimately, to bring additional benefits to all participants. Trust marketing allows you to compete at a higher level than through traditional methods (reduce prices, encouraging customers and so on.), as it is converted to the basic values of the person, his morality and sense of appropriate behavior [13].

A measure of trust or a credit of trust can be measured in various ways, for example, in the B2B market, the measure of trust can be determined by the proportion of prepayment for the delivered products. You can give examples of determining the credit of trust on the part of the population – consumers of various goods and services. For example, a person buying a ticket at the tourist firms, which he trusts may overpay for a ticket compared to the prices of other travel agencies. The difference between prices is a credit of trust.

Despite the fact that Ukrainian companies have been working in market conditions for a quarter of a century, the main problem is still insufficient level of mutual trust. Closing a business in today's global processes prevents an interpenetration of technological, economic and marketing competence and leads to the loss of the market positions of many companies. In this regard, relationship marketing, based on the trust can and should play a leading role in the development and strengthening the relationship between all market actors, including the government. The first step is to identify the factors that determine the development of trust between communicating parties. Individual researchers use the method of expert interview for this purpose (Fig. 1).

Among the main factors, the respondents named: business reputation, fulfillment of contractual obligations, provision of information indicating the company's openness, as well as the level of personal relations and the willingness of the partner to assume financial risks. Having determined the factors contributing to the development of trust, it is possible to develop appropriate marketing strategies and programs for their implementation.

Thus, we came to the conclusion that to the traditional description of trust within the framework of socio-economic or socio-psychological theories, it is necessary to add a confidence-building toolkit, including a specific list of the commodity complex, fair prices, distribution channels (marketing channels) and ways of promotion, based on objective advertising and personal partnership contacts.

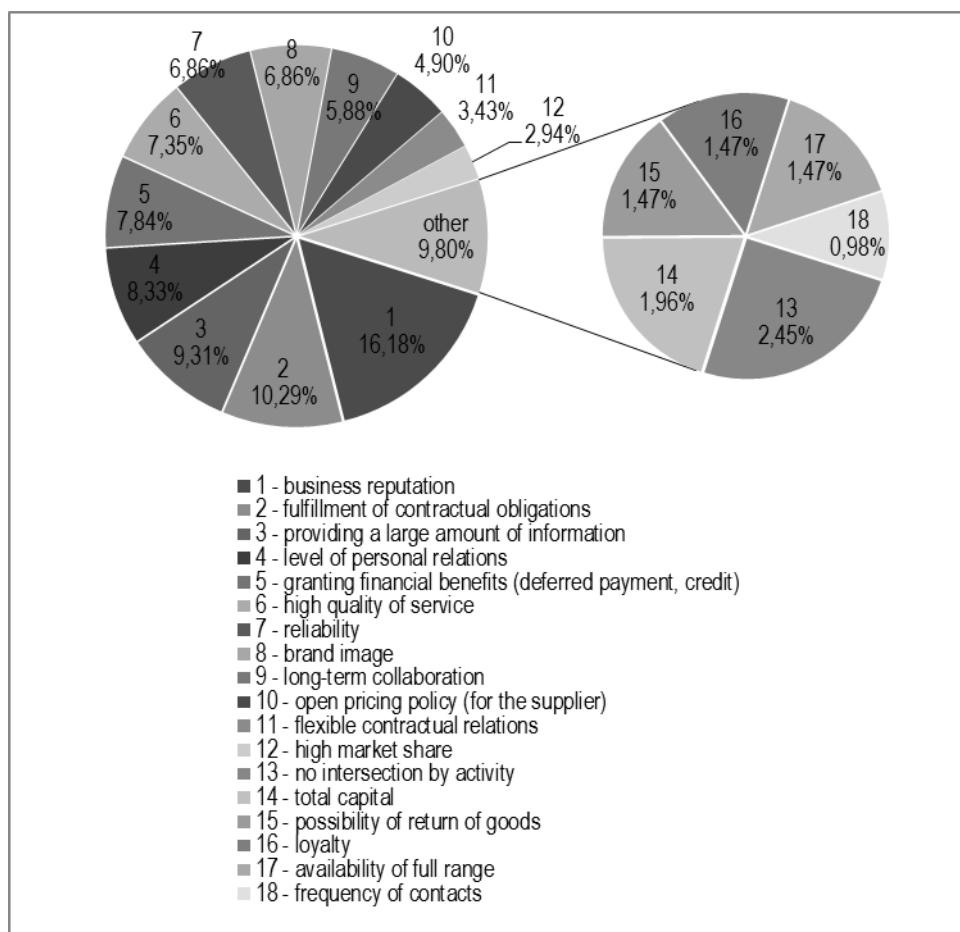


Fig. 1. Distribution of factors influencing the formation of trust in the market environment

As is known, marketing exploits the potential of human desires, often imposing the right amount of consumption of the desired product. The consumer in his actions is guided by both conscious (rational) and subconscious (irrational) causes. Both reasons are important to the consumer. Earlier, during using a rational approach to product promotion, the consumer also had emotional reasons for buying, but due to the lack of a saturated market, emotional reasons were formed spontaneously and the manufacturer had sufficient rational reasons. As it was said earlier, the growth of competition and the development of the market led to a situation where any conscious needs could be met. So, the role of rational causes has considerably decreased, the irrational and emotional reasons have come to the fore. The consumer was not able to formulate not only his unmet needs, but also the irrational reasons for the purchase.

The solution of this problem lies in the formulation of such marketing, which, in its purpose, is called upon to control the desires of the consumer, is able to identify these desires or create them, and then form the consumer's sense that it is the consumer himself has identified and realized his need for this product. The hidden desires and as a consequence, dreams of their realization, can become the engine of consumption. Not always these desires exist initially from a potential consumer, therefore, having realized the need for them, the marketer can apply special techniques to create illusions and dreams. Promising the realization of a dream

through consumption, it is possible to promote a very wide range of goods. The most difficult task of this approach is precisely to identify / create such "subconscious" desires, it is much easier to think about those techniques that will enable these desires to be "nested" in the mind of the consumer himself.

Desires are determined by values, most of them are absolute. To implement them completely impossible. And actually, due to the fact that the bulk of people live in a state of partial satisfaction, which does not cause any special discomfort, it can also stimulate consumption, since the needs are still not completely realized. Needs, in fact, are abstract. Values give them meaning and direction. The list of values can be any. First of all, one should pay attention to personal values, which often turn out to be a background of subconscious desires and using which you can clearly formulate "instead" of the consumer his "irrational" desires.

The value approach allows you to understand some principles of marketing and plan actions with a high probability of achieving a result. We can say that the marketing of the future is built around personal values. Consumer-oriented marketing is the highest level of marketing, and marketing of values is the highest evolutionary stage of development of marketing oriented at the consumer. The world of values is very diverse, and the development of marketing values can continue for a long time. Value-oriented marketing should not only encourage the creation of new research methods, it will raise the effectiveness of marketing in general. And such efficiency is based to a large extent on the business reputation of the enterprise, the trust of its customers, the conformity of their values, the values of the enterprise.

In this regard, the important task of the company at all stages of its life cycle is to create and maintain a positive level of business reputation, which is not possible without the trust of the stakeholders (competitors, intermediaries, suppliers, investors, shareholders, partners, clients, funds) mass media, state and local authorities, Internet users, public activists, etc.).

Business reputation and trust in the enterprise should be considered, on the one hand, as an intangible asset that has a significant impact on the performance of enterprises and is capable of providing competitive advantages on the market; and on the other – as a special objective-subjective system of evaluative judgments and representations formed in the environment of target audiences.

The credibility of the company in relationship marketing is an incentive for making purchasing decisions by consumers, and therefore is able to accelerate the process of formation of the client base and expand sales. Trust in the business structure is a multifaceted concept. It should be considered also through the prism of such entrepreneurial qualities as: competence, honesty, consistency, care, resonance of values [19, p. 972]. Competence involves the full ownership of the employees and managers of the company with the necessary knowledge and skills for doing business. Competence is confirmed by experience in the market, financial performance, positive customer reviews, high positions in the rating assessment. In particular, confidence indicators, including the competence of an enterprise, are taken into account for the purpose of determining the business reputation rating calculated by the international consulting company Reputation Institute and based on the integrated systems of reputation analysis and management Rep Trak System [21].

The concept of integrity as an element of trust should be understood as the company's readiness to adhere to the conditions of business ethics, business conduct in accordance with the law, observance of the code of honor and dignity, availability of open access to information about the company, its structure, directions and specifics of activity, labor collective and the values that it divides.

Consistency in entrepreneurship means stability in the market, regular and steady development of the business structure, compliance with a defined development strategy and its relevance with implemented actions, availability of resources required for long-term cooperation with partners.

Caring recently started to be seen in the context of confidence in the company, due to the development in business practice and ethical concept of social marketing. Care in business is manifested through the preservation of the environment, providing maximum customer satisfaction from cooperation with the enterprise, providing employees with safe and comfortable conditions for work, careful attitude to the health of their clients.

The resonance of values implies that the values of the company are matched by the values formed in society, as well as the comparability of the declared values and actual actions of the enterprise in the course of doing business.

For the formation and development of trusting relationships with customers, the business structure also uses such modern marketing technologies as collaboration and crowdsourcing. Collaboration is a collaborative work of several people or organizations that share the same interests and values and work to achieve the same goal. The main goal of the collaboration is the ability to create collaborative projects, sharing information on the basis of trust and unity of purpose. In current conditions there is a movement to establish long-term mutually beneficial relationships with customers and therefore more valuable ability to negotiate and create alliances. In the process of collaboration, economic agents combine their efforts to successfully implement the project, gaining broad access to information, they can better understand the motives, aspirations, expectations and values of clients [16, p. 446].

Crowdsourcing is a modern management tool that allows you to solve topical business tasks or implement business projects using the potential of knowledge of employees, clients, partners or other contact audiences of the enterprise. Crowdsourcing is not just a collection of information, thoughts or ideas, it is also a methodology for working with these ideas, their selection and ranking. Crowdsourcing accelerates the traditional process of receiving feedback from end users. This technology is used to solve a wide range of product development, advertising and promotion issues, marketing research, to engage experts and gather innovative ideas [11].

Conclusions from this study and prospects for further developments in this area. Thus, since the beginning of the 1980s, the society has undergone major changes that have grown since the 2000s into irreversible phenomena, when a society with a strong hedonistic dominant is being formed, for which the main is the search for pleasure, a feeling that would fully convey the desire to live at full power at the moment. As a consequence, the emotional component plays an increasingly important role in the buying process. Therefore, in order to better adapt to the

hedonic trend, marketing approaches based on relationships such as CRM, that should include elements of marketing innovations that are necessarily based on the client's trust and value approach. The goal is to emotionally involve the consumer in a series of memorable experiences of consumption.

Management of consumer behavior in the implementation of innovation is not determined exclusively by rational considerations. When it comes to harmonize own interests with the needs of consumers, the company also satisfies their social and psychological needs. To better meet the needs (including socio-psychological), enterprises need to provide the socio-psychological state of their clients as much detail and comprehensively as possible, and this is important for the achievement and conformity of values to consumers' ones.

In the theory of marketing, the study of the role of trust (broader - involving theoretical understanding of the moral and ethical problem) is still very incomplete and fragmentary. There is no scientific basis that would form the basis for the marketing of trust as a compound marketing relationship, although well-known market scientists (P. Doyle, F. Kotler, J. Cervens, J. O'Shaughnessy, etc.) indicate the importance of the paradigm of trust in the interaction process of participants of the marketing system. This paradigm also includes the problem of consumer values and their correspondence to the marketing values of the enterprise. Today gaining the trust of customers and division of their consumer and social values is becoming a compulsory part of the marketing strategy of many world companies. The development of the theory of relationship marketing through trust and values will provide an effective tool for interacting parties not only in developing a traditional marketing mix, but also in determining the norms of social exchange based on moral and ethical criteria, when trust will give rise to trust, which ultimately leads to increased interloyalty of market actors and to their mutual benefit. Prospects for further developments in this area lie primarily in the further conceptualization of the paradigm of trust and values in the theoretical system of relationship marketing, in the search for marketing tools that determine the development of trust between the interacting parties, in identifying those factors that determine the values of consumers and their confidence in the enterprise.

References:

1. Belyanin, A.V., & Zinchenko V.P. (2010). *Doverie v ekonomike i obschestvennoy zhizni* [Trust in the economy and public life]. Moskow: Fond «Liberalnaya missiya» [in Russian].
2. Blom, R., Melin, H., Sarno, A., & Sarno, I. (2005). *Sotsialnyi kapital doveriya i menedzherialnye strategii* [Social trust capital and managerial strategies]. *Mir Rossii – World of Russia*, 2, 126-159 [in Russian].
3. Heiets, V.M. (2002). *Vzaiemodiya doviry i rozvytku* [Interaction of Trust and Development]. *Ekonomichna teoriya – Economic Theory*, 3, 3-16 [in Ukrainian].
4. Godin, S. (2012). *Doveritelnyi marketing. Kak iz neznakomtsa sdelat druga i prevratit ego v pokupatelya* [Trust marketing. How to make a friend out of a stranger and turn him into a buyer]. Moskow: Alpina Publisher [in Russian].

5. Ivanova, R.H. (2010). Doverie kak klyuchevoy faktor partnerstva v biznese [Trust as a key factor of partnership in business]. Problemy ekonomiki – Economy Problems, 1, 51-55 [in Russian].
6. Illyashenko, S.M. (Eds.). (2012). Innovatsiyi i marketynh – rushiyeni syly ekonomichnoho rozvytku: monohrafiia [Innovation and Marketing are the Driving Force of Economic Development: monograph]. Sumy: TOV Drukarskyi dim «Papirus» [in Ukrainian].
7. Covey Jr, S, & Merrill, R. (2015). Skorost doveriya. To, chto menyaet vse [The Speed of Trust: The One Thing that Changes Everything]. Moskow: Alpina Pabliher [in Russian].
8. Kotler, P. (2006). 300 klyuchevyh voprosov marketinga: otvechaet Filip Kotler [300 key marketing issues: meets Philip Kotler]. Moskow: ZAO «Olimp-Biznes» [in Russian].
9. Kushch,S.P, & Afanasiev A.A. (2004). Marketingovyie aspekty razvitiya mezhfirmennykh setey [Marketing aspects of interfirm networks development]. Menedzment - Management, 2 (1), 33-52. [in Russian]
- 10.Mandybura, V.O. (2010). Vidnovlennya doviry sub'yektiv kintsevoho spozhyvannya yak skladova sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu [Restoration of trust of subjects of final consumption as a component of social responsibility of business]. Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky - Theoretical and applied economic issues,21, 55-68 [in Ukrainian].
- 11.Mykhailov, A. Kraudsorsing - nedorogoy instrument razvitiya malogo biznesa [Crowdsourcing - an inexpensive tool for small business development]. Resurs o malom i srednem biznese - Resource of small and medium business – [Electronic resource] – Access mode : www.pro-biznes.com [in Russian].
- 12.Morgan, R.M., & Hunt, Sh.D. (2004). Teoriya priverzhennosti i doveriya v marketinge vzaimootnosheniy [Theory of commitment and trust in relationship marketing]. Menedzhment – Management, 2 (2), 73-110 [in Russian].
- 13.Naumov, V.N. (2010). Marketing doveriya: teoreticheskie paradigmy povysheniya effektivnosti vzaimodeystviya rynochnykh struktur [Trust Marketing: Theoretical Paradigms for Increasing the Efficiency of Market Structures Interaction]. Strategii razvitiya instrumentov kommertsii – Strategy development tools commerce, 325-338 [in Russian].
- 14.O`Shaughnessy, J. (2002). Konkurentnyiy marketing: strategicheskiiy podhod [Competitive marketing: a strategic approach]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
- 15.Popova, N.V. (2016). Marketynh doviry yak suchasna paradyhma rozvytku marketynhu na pidpryyemstvakh transportno-lohistychnoyi systemy [Trust marketing as a modern paradigm of marketing development at the enterprises of transport-logistic system]. Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya : Ekonomika - Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Series: Economics, 1, 1(47), 260-265 [in Ukrainian].
- 16.Reverchuk, N.Y. (2017). Dovira yak chynnyk formuvannya dilovoyi reputatsiyi pidpryyemstva [Trust as a factor in forming the business reputation of the company]. Proceedings from MIIM '17: Mizhnarodna naukovy-

- praktychna konferentsiia «Tvorennia prostoru suspilnoi doviry v Ukraini XXI stolittia» - The International Scientific and Practical Conference «Creation of an area of public trust in Ukraine of the XXI century».(pp. 444-447). Kyiv: DVNZ «Universytet bankivckoi spravy [in Ukrainian].
17. Fukuyama, F. (2004). *Doverie: sotsialnye dobrodeteli i put k protsvetaniyu* [Trust: social virtues and the path to prosperity]. Moskow: LTD «Izdatelstvo ACT» [in Russian].
 18. Shopenko O.Yu. (2015). *Innovatsionnyiy marketing* [Innovative Marketing]. St. Petersburg, 2 [in Russian].
 19. Yakunaeva, S.G. (2013). *Doverie i klientoorientirovannost kak faktory uspeha firmy* [Trust and customer orientation as factors of the company's success]. *Fundamentalnye issledovaniya - Fundamental research*, 6, 971-975 [in Russian].
 20. Zagula, M., & Kennedy D.S. (2012). *Trust Based Marketing: The Ultimate Guide to Creating Trust in an Understandibly Un-trusting World*. NY: Entrepreneur Press [in English].
 21. The official site of Reputation Capital Group. – [Electronic resource] – Access mode: <http://reputationcapital.org> (Accesed 14 January 2016) [in English].

УДК 336.16

JEL: B41 Economic Methodology

Golovnina O.G.

Ph.D., Associate Professor

National university of bioresources and wildlife management of Ukraine

Головнина О.Г.

канд. екон. наук, доцент

Національний університет біоресурсів та природокористування України

Головнина Е.Г.

канд.экон.наук, доцент

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины

METHODOLOGICAL ASPECTS FORMATIONS OF THE SOCIAL CAPITAL

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО
КАПИТАЛА**

Abstract. In article are offered to consideration methodological approaches to formation of concept of the social capital from the point of view of possibility of its quantitative estimation.

Key words : methodology, the social capital, structure of the social capital, the private, group and public blessings, socio-economic development

Анотація. У статті запропоновані методологічні підходи до формування поняття соціального капіталу з точки зору можливості його кількісної оцінки.

Ключові слова: методологія, соціальний капітал, структура соціального капіталу, приватні, групові та суспільні блага, соціально-економічний розвиток

Аннотация. В статье предложены методологические подходы к формированию понятия социального капитала с точки зрения возможности его количественной оценки.

Ключевые слова: методология, социальный капитал, структура социального капитала, частные, групповые и общественные блага, социально-экономическое развитие

Постановка проблеми. Трансформаційні перетворення економіки України з метою її соціалізації, створення концептуальних засад соціально-економічного розвитку компаній, регіонів, країн потребують розробки концепції управління соціальним капіталом суб'єктів господарювання на основі поглиблення методологічних засад дослідження, конкретизації визначення та структури з позиції розвитку людського капіталу як комплексу формування та взаємодії індивідуальних, групових і суспільних благ. Це обумовило актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на тривалий еволюційний історичний період становлення та розвитку теорії соціального

капіталу, на відсутність загального змісту поняття «соціального капіталу» до сьогодення, концепція «соціального капіталу» набуває розповсюдження в ХХ столітті в економічних, соціологічних, політологічних дослідженнях. Ідея соціального капіталу зароджується значно раніше в працях А.Токвіля, А.Мюллера, М.Вебера, Е.Дюркгейма як «інтелектуальна відповідь індивідуалізму, розпаду традиційних співтовариств під дією початкової модернізації в Європі ХІХ ст., панування капіталізму, в теорії неекономічних соціальних ресурсів»[1] в працях А.Сміта (ХVІІІ ст.), в подальшому знаходить відображення в дослідженнях Л.Д.Ханіфана, М.Вебера, Д.Лумана, М.Туган-Барановського, М.Олсона, Е.Острома, Г.К.Лоурі, П.Бурдьє, L.Wacquant, Р.Барта Р.Патнема, Дж.Коулмена, Д.Джекобса, Т.Веблена, У.Бейкера, Р.Dasgupta, I.Serageldin, Р.Коуз,, Д.Норта, Р.Акселрода, Р.Гардіна, М.Тейлора, Г.Марголіса, М.Holovatyі, Ф.Фукуяма, Т.А.Hirschi, які розглядали соціальний капітал з позицій різних теоретичних напрямків, різних пізнавальних інтересів, проте всі вони були об'єднані припущенням, що цей соціальний ресурс з'являється з взаємодії людей, з довіри поміж учасниками відносин, їх нормативного закріплення, і є тією економічною вартістю, що може виникнути внаслідок взаємодії, саме вартістю, яка притаманна суспільству і допомагає генерувати нові додаткові переваги, як основи підвищення ефективності співпраці членів суспільства, виділяючи в структурі моральні принципи і норми, соціальні цінності (довіру) та мережу соціальної інфраструктури, при цьому акцентуючи увагу на результатах його зосередження в успішно функціонуючій соціально-економічній системі з високим рівнем політичної інтеграції.

Результати дослідження. Одним з засновників «соціального капіталу» вважають К.Маркса, який визначив капітал як вартість, що самозростає [10], характеризуючи сутність виробництва, що закріплює за капіталістом право диктату виробництва, розподілу; яка відображає волю капіталіста - визначену форму та міру поєднання робочої сили із засобами виробництва; закріплення за робочою силою тільки права на створення вартості, частку якої капіталіст виділяє найманому працівнику для відтворення робочої сили; формально-реального підкорення праці капіталу, робоча сила стає частиною капіталу, що використовується. Нерівноправні відносини між робочою силою і капіталістом породжують постійне соціально-економічне протистояння.

Історично акценти з матеріального виробництва переміщуються на соціальні відносини й взаємозв'язки як важливі складові формування капіталу, а саме капіталу економічного. П.Бурдьє вважав, що капітал, залежно від сфери, де функціонує, ціною складних трансформацій як передумови його ефективної дії, може виступати у трьох основних іпостасях: економічний капітал - конвертований у гроші та інституціолізований у формі прав власності; культурний капітал - конвертований за певних умов в економічний капітал й інституціолізований у формі освітніх кваліфікацій; соціальний капітал - утворений соціальними зобов'язаннями («зв'язками»), який за певних умов конвертується в економічний капітал і може бути інституціолізований, наприклад, у формі аристократичного титулу [3, с.68]. П.Бурдьє відокремив

соціальний простір від фізичного, чим заклав основи диференціації капіталу на соціальний (нематеріальний, позаекономічний), на матеріальний або економічний (виробничий, банківський, фінансовий) [2,с.234]. Походячи з теорії дослідження конфліктів він визначає соціальний капітал як особисте і колективне благо, як сукупність реальних або потенційних ресурсів, зв'язаних з володінням стійкою мережею більше або менше інституціолізованих відносин взаємного знайомства та визнання, включаючи до його складу соціальні мережі, норми та довіру, він формується обов'язками, тобто зв'язками та відношеннями. Розвиток соціального капіталу як суспільного блага, є пріоритетним для суспільства, тому що забезпечує додаткові ресурси, які доступні для усіх, коли горизонтальні та добровільні мережеві організації не сприяють консолідації суспільства та його ефективної діяльності [3].

Ф.Фукуяма звернув увагу на визначення А.Токвілем соціального капіталу як «мистецтва об'єднання» американців у різноманітні добровільні товариства, що дозволило об'єднати дії слабких людей і було надзвичайно важливим для успіху американської демократії: то була «школа демократії», в якій соціальний капітал створив додаткові моральні норми (як важливий елемент соціального капіталу) і уможливив демократію. За Ф.Фукуямою, коріння соціального капіталу полягає у культурному капіталі з основним елементом - довірою між членами суспільства, демонструючи приклад японського суспільства, де домінує соціальний капітал як основа життєдіяльності країни, що коренями походить з культури, «...правильно сказати, що японці скоріше орієнтовані на свої спільноти, ніж на державу» [16]. В цей час з'являються специфічні форми соціально-економічного знання, що супроводжується розширенням змісту поняття «капітал», виникають його варіанти - «людський капітал», «інтелектуальний капітал», «організаційний капітал», «соціальний капітал», «корпоративний капітал». Спільною точкою зору теоретиків соціології, політології, економічної теорії стає те, що формування соціального капіталу істотно впливає на соціально-економічний розвиток суб'єктів господарювання, але до сьогодні є відсутнім єдиний підхід до його визначення, є проблемною кількісна оцінка та механізм управління ним. Таким чином, питання трактовки соціального капіталу, елементів, чинників формування та розвитку, їх вплив на формування соціально - економічних відносин, на процеси ефективізації діяльності сьогодні вимагають подальших досліджень, уточнень. Це визначило мету роботи як дослідження методології формування структури соціального капіталу для можливості здійснення кількісної оцінки його величини.

Соціальний капітал – це економічна категорія, в якій відображено синтез економічних процесів і явищ суспільного життя, що описується гуманітарними науками. Актуальність досліджена соціальних аспектів економічного розвитку суб'єктів, серед яких особливе місце займає феномен соціального капіталу, обумовлена тим (Ф.Фукуяма), що без соціальної взаємодії не має форм економічної діяльності. Соціологічно-політологічні аспекти цього поняття відмічали Д.Коулман і П.Бурдьє. Д.Коулман визначає соціальний капітал як суспільне благо, яке створюється вільним іраціональним індивідом для досягнення власних вигод. Він трактував соціальний капітал на засадах теорії

раціонального вибору як одну з форм капіталу, сукупність потенційних, реальних ресурсів, що накопичує індивідуум чи група людей завдяки стійкій мережі певних інституціолізованих зв'язків, відносин взаємного визнання, довіри і на основі цього надає певні можливості, переваги. Як і інші форми капіталу, соціальний капітал є продуктивним, сприяючим досягненню цілей, які не можуть бути реалізовані при його відсутності [15]. Він - особистий ресурс для досягнення особистих і колективних цілей виходячи з максимізації корисності, це потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, що цілеспрямовано формується в процесі міжособистих відносин обов'язків та очікувань, інформаційних каналів і соціальних норм [9], це «будь-який прояв неформальної соціальної організації, котра виступає як продуктивний ресурс для одного або більше акторів» [15]. «Соціальний капітал – це спроможність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на основі свого членства у соціальній мережі або більш широкій соціальній структурі, це не індивідуальна характеристика особистості, а особистість мережі стосунків, яку будує індивід. Соціальний капітал – продукт включення людини в соціальну структуру»[12]. За Д.Коулманом «соціальний капітал визначається функцією щодо забезпечення особистих ресурсів, які мають публічний вплив, з основними компонентами - значимими нормами, відмовою від переслідування особистих інтересів. Соціальний капітал – це ресурс, що нагромаджується індивідуумами. Він є не простою сутністю, а множинністю різних сутностей, що мають дві загальні характеристики: всі вони включають в собі той або інший аспект соціальної структури, та усі вони підсилюють визначені дії людей, які знаходяться в цій структурі» [15].

На думку А.Портеза, соціальний капітал – це зв'язки між людьми, що склалися природним шляхом та сприяють отриманню кваліфікації і якостей, що мають цінність на ринку, активи, які можуть бути більш значимими ніж фінансові ресурси [13].

Інституціоналісти (Д.Норт, Д.М.Ходжсон) соціальний капітал вважають надбанням соціуму, який створений внаслідок існування попередніх поколінь та розвитку суспільно-економічної системи, його загальна оцінка можлива на рівні держави як складової національного багатства.

В.Слагін визначає соціальний капітал складовою національного капіталу суспільства, інтегрованим показником результату колективної дії, «сумарної соціальної енергії» окремих людей і соціальних груп («соціальний капітал окремої людини», соціальний капітал окремої соціальної групи»), що утворюється внаслідок синергетичного ефекту взаємодії складних біосоціальних систем з соціально-економічними результатами, його накопичення підсилює ефективність інших видів капіталу[8].

На основі теорії інтеграції суспільства й теорії колективної дії Р.Патмент визначає формулу соціального капіталу як двохкомпонентної складової: потенціалу довіри та потенціалу участі, взаємодопомоги, надавши трактовку соціальному капіталу як «характеристиці соціального життя, а саме мережам, нормам та довірі, які спонукають учасників до найбільш ефективної діяльності з метою досягнення спільних цілей» [11, с.204].

Походячи з сучасної теорії «конкурентних переваг» О.І.Дем'янчук [7] трактує «соціальний капітал» як кадрово-ціннісний капітал нації, освітній і кваліфікаційний рівень людей в країні, наявність творчих і підприємницьких талантів, культурний рівень нації в цілому, здатність індивідів використовувати обмежені ресурси за рахунок членства у певній соціальній мережі, в більш широкій соціальній структурі. До його властивостей він відносить ресурсність (потенціал взаємодії), нагромадження (створення мереж соціальних зв'язків), конвертованість (обмін на безеквівалентній основі), ліквідність (обмін на еквівалентній основі), прибутковість (економія трансакційних витрат співтовариства, одержання соціальної ренти). Соціальний капітал – це продукт соціальних відносин, що включає громадянську культуру довіри до людей та інститутів, соціальні норми та цінності, соціальну єдність суспільства, що саме дозволяє індивідам, групам і суспільству легше вирішувати колективні проблеми. Він є джерелом позитивних екстерналій: багато людей отримують користь від інвестицій окремого індивіда чи групи в соціальний капітал (доступ до інформації, соціальні гарантії, формування корпоративної культури). Взаємна довіра забезпечує зміцнення, розширення соціальних зв'язків, поступальний розвиток суспільства. Соціальний капітал у світі розглядається як життєво необхідний елемент економічного розвитку з основою успіху в наявності громадської свідомості, підставою ефективного самоврядування.

Вищезазначені підходи до визначення соціального капіталу відображують різні точки зору, різні теоретичні напрямки та чинники його формування. Проте соціальний капітал як взаємозв'язки, довіра, соціальні мережі - в матеріально-економічному змісті не може існувати без основи - соціально-економічного суб'єкта, людини-споживача духовно-матеріальних благ, з її конкретною робочою силою, підприємницькими, інтелектуальними здібностями, спроможностями укладати угоди, бути власником, користувачем і розпорядником певних благ (індивідуальних, колективних, суспільних), і відповідно, використовуючи ці блага як основи життєдіяльності та конкурентоздатності, отримувати результативні ефекти а, відповідно, соціальний капітал потребує вартісної оцінки та механізму управління ним, що обумовлює актуальність тематики дослідження.

Враховуючи зазначене, доцільно визначити соціальний капітал як соціально-економічну категорію, станом продуктивних сил з точки зору ресурсної характеристики, його можливості зростання, капіталізації діяльності людей, що виникає під впливом виробничих відносин, сукупності діючої ринкової і неринкової взаємодії між економічними суб'єктами з приводу формування, розподілу, обміну, споживання матеріальних благ у визначеному інституційному середовищі для розв'язання соціально-економічних завдань на засадах ефективізації та соціалізації. Соціальний капітал виступає водночас індивідуальним, колективним та суспільним благом з постійним негативним або позитивним синергетичним ефектом, а відповідно, і з сильним впливом на політичний, економічний і соціальний розвиток. Соціальний капітал є об'єктом господарського обороту, самозростаючою вартістю та формою капіталу, що здатна приносити дохід. Його формування та функціонування доцільно

розглядати на фондоутворюючих рівнях, а саме: на мікро (взаємовідносини між суб'єктами, в компанії), на мезорівні (регіональному, галузевому), на макрорівні (національний рівень). Соціальний капітал - це виробничий обмежений ресурс, який характеризує розвиток людського капіталу та передбачає зростання економічних можливостей суб'єктів господарювання. Він виникає, удосконалюється на основі функціонування, взаємодії, розвитку факторів виробництва (праці, землі, капіталу, підприємницьких здібностей, інформації) і є їх похідною функцією. Його нерівномірний розподіл впливає на стратифікацію суспільства. Якість соціального капіталу визначає формування та розвиток інституційного середовища, останній на засадах зворотного зв'язку визначає подальший розвиток соціального капіталу. В створеному соціальним капіталом інституціональному середовищі функціонують інші види капіталу, його накопичення ефективно функціонування інших видів капіталу.

Економічні елементи соціального капіталу відображують сутність виробничих відносин і ґрунтуються на класичній економічній теорії і представлені такими економічними категоріями як робоча сила, витрати домогосподарств на відтворення робочої сили, підприємницькі здібності, людський капітал, інтелектуальний капітал, соціальні трансакційні витрати, ефект корпоративних прав.

За аналогією підходу К.Маркса до розгляду фіктивного капіталу як власності і як функції доцільно класифікувати соціальний капітал як власність та як функцію. Як власність соціальний капітал включає: власність на робочу силу; власність на уміння, навички при здійсненні підприємницької діяльності; власність на об'єкти інтелектуальних прав; власність на землю (нерухомість), на капітал, яка на основі спадкування забезпечує витрати домогосподарств і необхідний розмір інвестицій на відтворення, розвиток робочої сили підприємницьких здібностей, інтелекту, освітні витрати й мобільність робочої сили, витрати з охорони здоров'я); власність на об'єкти корпоративних прав.

Соціальний капітал як функція, як капіталізація власності на людські ресурси включає: фізіологічний капітал (який визначається на підставі формування, розвитку, визначення вартості, продажу робочої сили) – заробітну плату; вартість факторів виробництва землі та капіталу - факторний дохід; вартість підприємницької діяльності - підприємницький дохід; інтелектуальний капітал - дохід від інтелектуальних прав; соціальний трансакційний ефект – трансакційні витрати, ефект корпоративних прав – дохід від корпоративних прав. Отже, соціальний капітал формується в умовах постійного розвитку, в процесі удосконалення якості людського капіталу, його нарощення при зміні вартості робочої сили, підприємницьких здібностей, витрат домогосподарств на відтворення робочої сили з врахуванням інтелектуальної складової, величини соціальних трансакційних витрат та ефекту корпоративних прав.

З точки зору маржиналізму, теорії споживчих благ соціальна структура соціального капіталу включає розгляд індивідуальних, групових та суспільних благ, які доцільно класифікувати в залежності від того, хто саме отримує вигоду – індивід, група або суспільство.

Висновки. Таким чином, концептуальне використання одного підходу не дозволяє кількісно оцінити величину соціального капіталу, проте поєднання методів і підходів класичної теорії та маржиналізму, паралельний розгляд економічних і соціальних питань надає можливість здійснити кількісний аналіз формування соціального капіталу та в подальшому на основі цього створити механізм щодо аналізу його стану, мотивації розвитку та ефективного управління.

Бібліографічні посилання:

1. Блок М., Головин Н.А. Социальный капитал: к обобщению понятия. Вестник Санкт-Петербургского университета 2015. Сер.12. Вып.4, с.1, с.99-110.
2. Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London: Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
3. Бурье П. Формы капитала // Экономическая социология.–Том 3.-№ 5 – 2002.– С. 60-74.
4. Головніна О.Г. Методологічні засади соціально орієнтованої ринкової економіки: Монографія. -К.: НТУ, 2005.-460с.
5. Головніна О.Г. Основи соціальної економіки. Підручник.- К.: ЦУЛ, 2013.- 647с.
6. Golovnina O.G. Sosio-economic aspects research with allowance for synergetic systems//National foundation of Indian Engineers. Monthly House Journal Vol.:XXI No.:12 march 2008 pag 9 .
7. Дем'янчук О.І. Елементи соціального капіталу [www.e-ukraine.com.ua].
8. Єлагін В.П. Про сутність поняття «соціальний капітал»// АПДУ. – 2011. - № 1.
9. Koulman,Dzh.(2001),“Kapital social'nyj i chelovecheskij”, Obshhestvennye nauki i sovremennost', vol. 3, pp. 122 –139.
10. Маркс К. Капитал. Т. 1 – М.: ГИПЛ. – 1954. –794с.
11. Патмен Р.Д., Леонарді Р., Нанетті Р.Й. Творення демократії: Традиції громадянської активності в сучасній Італії. – К., 2001. – 346 с., с. 204/
12. Portes, A. Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview.//The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. Ed. by A. Portes. New York: Russell Sage Foundation, 1995, pp. 1-43, pp. 12-13/
13. Portes, A. Social capital: Its origins and application in modern sociology // Annual Review of Sociology, Vol. 24, 1998, pp. 1-24.
14. Сьомкіна Т.В. Процеси соціалізації умов функціонування суб'єктів підприємницької діяльності при формуванні інформаційної інфраструктури сучасного суспільства //СХІД.-2011. - №1(108), с.163-167.
15. Coleman J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge (Mass.), 1990. P. 302,307.
16. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак. – 2004.].

References:

1. Блок М, Golovin N.A. Sotsialnyj the capital: to concept generalisation. The bulletin of the St.-Petersburg university 2015. S.12. V.4, p.1, pp.99-110.
2. Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London: Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
3. Bourdieu P. Formy of the capital//Economic sotsiologija. – Т. 3.-№ 5 –2002.– pp. 60-74.
4. Golovnina O.G. Methodological bases socially focused рыночной economy: the Monography. –К/: HTU, 2005.-460p.
5. Golovnina O.G. Основи соціальної економіки. Підручник.- К.: ЦУЛ, 2013.-647с.
6. Golovnina O.G. Sosio-economic aspects research with allowance for synergetic systems//National foundation of Indian Engineers. Monthly House Journal Vol.:XXI No.:12 march 2008 pag 9 .
7. Demunchuk O.I. Elements of the social capital [www.e-ukraine.com.ua].
8. Elargin V.P. About essence of concept «the social capital»// APDU. – 2011. - № 1.
9. Koulman,Dzh.(2001),“Kapital social'nyj i chelovecheskij”, Obshhestvennye nauki i sovremennost', vol. 3, pp. 122 –139.
- 10.Marks K. Kapital. Т. 1 – М.: GIPL. – 1954. –794p.
- 11.Patmen R., Leonardi R., Nanetti R. Democracy creation. Traditions of civil activity in modern Italy. – К., 2001. – 346 p., p. 204/
- 12.Portes, A. Economic Sociology and the Sociology of Immigration:A Conceptual Overview.//The Economic Sociology of Immigration:Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. Ed. by A.Portes. New York: Russell Sage Foundation, 1995, pp. 1-43, pp. 12-13/
- 13.Portes, A. Social capital: Its origins and application in modern sociology // Annual Review of Sociology, Vol. 24, 1998, pp. 1-24.
- 14.Somkina T.V. Processes of socialisation of operating conditions of subjects of enterprise activity at formation of an information infrastructure of a modern society //SXID.-2011. - №1(108), p.163-167.
- 15.Coleman J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge (Mass.), 1990. P. 302,307.
- 16.Fukuyama F. Trust: social virtues and a way to prosperity: the Lane with English / F.Fukujama. - M: Open Company «nuclear heating plant Publishing house»: Joint-Stock Company NPP «Ermak. - 2004.

УДК 334.722:330

JEL Classification: M14

Efremova N.F.,

PhD, candidate of economics

Kovalenko E.V.

PhD, candidate of economics

Dnipro State Technical University

Єфремова Н.Ф.,

кандидат економічних наук, доцент

Коваленко О.В.

кандидат економічних наук, доцент

Дніпровський державний технічний університет

Ефремова Н.Ф.,

кандидат экономических наук, доцент

Коваленко О.В.

кандидат экономических наук, доцент

Днепровский государственный технический университет

HUMAN CAPITAL AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

***Abstract.** In article is proved that in the human capital management system the impact of corporate social responsibility, its importance for the development of their competitiveness, solving social and economic problems faced modern society is growing.*

***Keywords:** human capital, social responsibility of business-structures, models of social responsibility, competitiveness, motivation.*

***Анотація.** У статті обґрунтовано, що в системі управління людським капіталом посилюється роль соціальної відповідальності бізнес-структур, її значення для підвищення їх конкурентоспроможності, розв'язання соціально-економічних проблем, які постали перед сучасним суспільством.*

***Ключові слова:** людський капітал, соціальна відповідальність бізнес-структур, моделі соціальної відповідальності, конкурентоспроможність, мотивація.*

***Аннотация.** В статье обосновано, что в системе управления человеческим капиталом возрастает роль социальной ответственности бизнес-структур, ее значение для повышения их конкурентоспособности, разрешения социально-экономических проблем, которые возникли в современном обществе.*

***Ключевые слова:** человеческий капитал, социальная ответственность бизнес-структур, модели социальной ответственности, мотивация.*

Постановка проблеми. Процеси глобалізації і трансформації індустріального суспільства в постіндустріальне безпосередньо пов'язані з якісними змінами в діяльності бізнес-структур, які стикаються з посиленням конкуренції як на вітчизняному економічному просторі, так і за його межами. Це спонукає бізнес-структури використовувати всі можливі заходи, що впливають на їх конкурентоспроможність. Проблемі підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, та ключовим факторам її забезпечення у вітчизняних наукових джерелах останнім часом приділяється багато уваги. Більшість публікацій присвячені проблемі щодо сутності та джерелам формування конкурентних переваг підприємств окремих галузей економіки, надаються пропозиції щодо їх оцінки та напрямам досягнення.

Однак, бізнес-структури повинні зрозуміти, що ефективність управління людським капіталом в системі якого зростає значення соціальної складової дає можливість підвищити керованість бізнесу, забезпечити безпеку, підвищити рівень конкурентоспроможності, ринкову вартість і дохідність бізнесу, а також відкриває нові перспективи і можливості для економічного зростання і розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальній відповідальності бізнесу, її ролі в розв'язанні проблем соціального та економічного розвитку як бізнес-структур, так суспільства в цілому приділяють значну увагу відомі вітчизняні науковці: О. Амоша, О. Грішнова, А. Колот, І. Майбуров, О. Новіков, О. Олійник, Н. Орлова, Н. Притуляк та ін. Разом з тим, в меншій мірі висвітлюються питання щодо необхідності прискорення адаптації вітчизняних бізнес-структур до планетарних основ соціальної відповідальності бізнесу [1, с.74]. Цілком правомірно ствердження А.М. Колота, що чимало представників соціуму ще не мають об'єктивного, неупередженого сучасного розуміння достеменної сутності та ролі корпоративної соціальної відповідальності бізнес-організацій і для суспільства в цілому [11, с.72]. До речі, і серед вітчизняних бізнес-організацій немає єдності у розумінні природи, джерел і наслідків соціальної відповідальності.

Мета статті акцентувати увагу на необхідність розширення масштабів та ефективності соціальної відповідальності бізнесу з метою досягнення якісних змін в системі управління людським капіталом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема соціальної відповідальності у сучасному світі бізнесу набуває у теперішній час важливого значення. У розвинутих країнах формують сприйняття бізнесу не лише з точки зору його прибутковості, а й ціни та наслідків отримання прибутку. Тому, до ринкового механізму функціонування суб'єктів господарювання включаються соціальна та екологічна функція, що знаходить реальне відображення в ринковій вартості компанії.

Таким чином, формування та впровадження системи соціальної відповідальності дає можливість збільшити її вартість на 30 % [1, с.75].

Пояснюється це тим, що нині зростання ефективності функціонування підприємств пов'язане з докорінними змінами у структурі та кваліфікації

професійних кадрів, діяльність яких вимагає високоінтелектуальної націленості та водночас сприяє підвищенню гуманізації праці.

Сьогодні для досягнення сталого економічного розвитку бізнесу повинні прийняти «трійну ціль», яка включає не тільки економічні аспекти діяльності фірми, а й соціальні та екологічні [14, с.162].

Сучасні реалії свідчать, що для забезпечення ефективного функціонування бізнесу його соціальна відповідальність має не менше значення ніж розвинута інфраструктура, політична стабільність та втілення в життя проектів інноваційного розвитку.

Доведено, що продуктивність праці, яка має вирішальне значення для економічного зростання, залежить від знань, кваліфікації, мотивації та стану здоров'я робітників. Емпіричні дослідження показують, що в разі підвищення рівня оплати праці на 10 %, продуктивність праці зростає на 8,6 %, тоді як за аналогічним збільшенням акціонерного капіталу – лише на 3 – 4 % [16, с.36].

За таких умов, накопичення нематеріальних елементів багатства (наукових досягнень, зростання рівня освіти населення тощо) набуває першочергового значення для всього суспільного відтворення. Головними ресурсами розвитку стають відносно мобільні, завдяки володарюванню інформаційних технологій і демократичних стандартів, фінанси та інтелект [4, с.222].

За оцінками світового банку в США людський капітал у теперішній час складає 76 % національного багатства, у Західній Європі – 74 % [13, с.3]. Частка інвестицій в людський капітал становить понад 15 %, що перевищує «чисті» валові інвестиції приватного капіталу в заводи, обладнання і складські приміщення [10]. Американські компанії ще десять років тому витрачали в середньому 5 – 7 % фонду заробітної плати тільки на навчання своїх працівників, вважаючи це одним з найбільших вкладень капіталу [2, с. 50].

Треба мати на увазі той факт, що швидко зростає роль людського капіталу у вартості підприємств. У країнах західної Європи на нього припадає 50 – 60 % у їх вартості, а в Україні – лише 1 %. В Україні за традицією обчислюють вартість підприємств за обсягом матеріальних цінностей, тоді як дедалі значну роль відіграють нематеріальні активи. Це значно зменшує ціну вітчизняних підприємств, дає обмежене уявлення про їх реальну вартість [18, с.9].

Кращі практики ведення бізнесу переконують у тому, що бізнес повинен враховувати стрімко зростаючі вимоги суб'єктів та соціальних інститутів, соціально-економічного середовища до етичних, економічних і соціальних компонентів діяльності бізнес-структур. Треба враховувати, що в сучасних умовах бізнес перетворюється на одного з основних постачальників послуг.

Найявний досвід розвинутих країн свідчить, що в них формується сприйняття бізнесу не лише з точки зору його прибутковості й ціни, але й наслідків отримання прибутку. У цивілізованому світі невід'ємним елементом стратегії діяльності компаній є капіталізація їх вартості шляхом формування та впровадження системи соціальної відповідальності. Вона передбачає визнання найманих працівників надбанням компаній, а безпеку їх праці, прав і свобод –

ключовим пріоритетом бізнесу. При цьому необхідно забезпечувати безумовне визнання трудових прав працівників, включаючи право на гідну винагороду, запобігання будь-яким формам дискримінації і примусової праці, розкриття професійних здібностей працівників, створення умов для їх професійного та кар'єрного зростання [1, с.82].

Не випадково, що тема соціальної відповідальності бізнесу останнім часом набуває дедалі більшого значення.

Однак, в Україні поки що не виявлено зацікавленості до цієї проблеми, лише деякі менеджери-практики провідних фінансово-промислових груп та кампаній усвідомлюють значення соціальної відповідальності бізнесу. До тепер, в Україні ще не сформовано науково-методичних засад, відсутні загально прийняті стандарти та моделі соціальної відповідальності бізнесу [1, с.75].

У нашому суспільстві ще не сформовано об'єктивного, неупередженого, сучасного розуміння достеменної сутності та ролі корпоративної соціальної відповідальності, її значення для бізнес-організацій і суспільства в цілому [11, с.71,72].

Втім, останнім часом зростає інтерес вітчизняних науковців і практиків до цієї проблеми як до інноваційного механізму вирішення гострих соціальних проблем. І це не випадково. На жаль, в Україні у теперішній час поглиблюється соціально-економічна криза, загострюється політична ситуація, соціальна напруженість, в країні накопичилось багато проблем у соціально-трудої сфері. Дефіцит гідних робочих місць, надмірні ризики у сфері праці. Розповсюдження трудових конфліктів, надмірні порушення прав найманих працівників зумовлюють необхідність пошуку новітніх підходів до регулювання трудових відносин. За таких умов популяризація корпоративної соціальної відповідальності та реалізація соціальних ініціатив набуває більшої значущості та актуалізується [15, с.32].

Зазначимо, що перші спроби вивчення корпоративної соціальної відповідальності бізнесу були здійснені ще на початку ХХ ст. Науковою працею, в якій було здійснено її системний аналіз була монографія Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена», опублікована у 1953 р. В ній автор здійснює спробу інституалізації соціальної відповідальності бізнесу. На його думку, вона полягає в «реалізації такої лінії поведінки, яка була б бажана для цілей й цінностей суспільства» [14, с.156].

А. Керол, який поділяв погляди Г. Боуена стверджує, що соціальна відповідальність бізнесу має багаторівневу природу і включає економічну, правову й етичну форми, які відповідають вимогам суспільства до господарюючого суб'єкта [14, с.156].

У 80-ті роки минулого століття почали стрімко зростати дослідження, в яких наводяться різні тлумачення щодо змісту корпоративної відповідальності.

У 90-х роках головним пропагандистом корпоративної соціальної відповідальності стає ООН, яка в 1999 році запропонувала Всесвітню угоду щодо дотримання корпораціями принципів соціальної відповідальності, які сприяють реалізації її функцій [1, с.77].

Потім на Всесвітньому форумі у Йоганнесбурзі була розроблена система обов'язків корпоративної соціальної відповідальності та план дій для національних урядів щодо впровадження соціально відповідальних практик. У декларації було зафіксовано обов'язок представників приватного сектору, великих і малих компаній вносити внесок у становлення справедливих і сталих спільнот і суспільств [14, с.162].

Розбудова України як демократичної держави орієнтованої на інтеграцію до світових політичних і економічних організацій ставить на порядок денний питання визнання власного місця і ролі на світових ринках, у міжнародному поділі праці в умовах глобалізаційних процесів і пов'язану з цим гостру проблему в зміні як тактичних так і стратегічних завдань щодо соціальної відповідальності бізнесу, спрямованих в першу чергу, на підвищення якості людського капіталу. Реалізація цієї задачі сприятиме розбудові розвинутого суспільства та створення умов для забезпечення якісного людського потенціалу інформаційного постіндустріального суспільства [12, с.239].

Тому, перед вітчизняним науковим середовищем постало питання на підставі системи досліджень сформулювати сучасне, цивілізоване, об'єктивне розуміння природи, джерел, значення, функцій і наслідків розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Як вважає А.М. Колот, корпоративна соціальна відповідальність у найзагальнішому, «приземленому» тлумаченні – це раціональний відгук організації на суперечливі очікування (Стейкхолдерів), спрямованих на стійкий розвиток компаній. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими на кого ці рішення націлені. За своєю сутністю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільш добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадського суспільства і суспільства в цілому [11, с.71].

О. Грیشнова визначає зміст соціальної відповідальності підприємств щодо персоналу як забезпечення справедливого ставлення до працівників, демократичне управління, достатнє інвестування в розвиток і соціальний захист працівників [3, с.156].

У цьому визначенні, на наш погляд, дещо звужується коло суб'єктів на яких спрямовуються дії бізнесу щодо соціальної відповідальності. Йдеться про соціальну відповідальність бізнесу лише перед працівниками тієї чи іншої бізнес-організації, й вона не розповсюджується на інші суб'єкти: партнерів, інститути громадського суспільства, суспільства в цілому.

Згідно Міжнародним Стандартам ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за вплив її рішень на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку яка:

- сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства;
- враховує очікування зацікавлених сторін;

- відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки;
- інтегрована в діяльність всієї організації та застосовується у її взаємодії з різними групами стейкхолдерів.

Тобто, корпоративну соціальну відповідальність доцільно розглядати як багатоаспектне поняття, яке охоплює широкий спектр соціально-економічних взаємовідносин у суспільстві та передбачає задоволення потреб різних зацікавлених сторін, та бути імplementована в щоденну господарську діяльність організації. Тільки за таких умов реалізація корпоративної соціальної відповідальності сприятиме підвищенню конкурентоспроможності організації, зміцненню її ділової репутації, досягненню цілей та вирішенню завдань усіх соціальних партнерів [15, с.33].

Важливо усвідомити, що бізнес існує для того, щоб задовольнити потреби стейкхолдерів. У такому випадку можна розраховувати на довгостроковий прибуток, сталий розвиток країни і суспільства.

Необхідно звернути увагу й на той факт, що корпоративна соціальна відповідальність не має нічого спільного з її сприйняттям як разової акції, як діяльність на злобу дня. Це дії в яких зацікавлені і бізнес-організації, і всі державні інститути, загалом все суспільство.

Корпоративна соціальна відповідальність має як прямі, так і непрямі побічні наслідки.

За результатами дослідження, проведеного на замовлення Світової Ради підприємств встановлено такі переваги соціальної відповідальності бізнес-організацій:

- розширення підтримки співробітниками дій менеджменту;
- покращення морального клімату в середині організації;
- більше охоплення стейкхолдерами суспільної діяльності організацій;
- зниження ризиків і зменшення коштів, які витрачаються на досягнення передумов для економічної безпеки;
- більша міра самоконтролю і менше державного регулювання, а також впевненість контролюючих організацій у тому, що бізнес відповідає існуючим формальним і неформальним нормам [9, с.299].

У розвинутих країнах діють декілька моделей корпоративної соціальної відповідальності. Найбільш поширеними є форми, які діють у США, Континентальній Європі та Великобританії. Головна особливість американської моделі полягає в тому, що вона ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність корпорації у визначенні свого суспільного внеску. Разом з тим, ця модель законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги та заліки при мінімальному державному регулюванні.

Модель корпоративної соціальної відповідальності в Континентальній Європі є своєрідною системою державного регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав.

Британська модель поєднує в собі елементи американської і континентальної моделей. Спільною з континентальною моделлю є активна

підтримка бізнесу з боку держави. Для неї характерна добре розроблена державна система соціального забезпечення і охорони здоров'я. У цій моделі присутні й елементи американської моделі соціальної відповідальності бізнесу [1, с.83].

В Україні тільки на протязі останніх років почала формуватися національна модель соціальної відповідальності бізнесу. Аналізуючи процеси її становлення можна стверджувати, що за джерелами регулювання, практичного формування і розвитку, вітчизняний варіант соціальної відповідальності бізнесу є, по суті, симбіозом елементів британської моделі (добровільна ініціація бізнесом) і континентальної схеми бажання підприємств отримати від держави чіткі поведінкові рамки [1, с.83].

Український бізнес істотно запізнюється з усвідомленням діяльності, сучасної місії бізнесу, яку було зафіксовано в Маніфесті у 1973 році в Давосі на III Всесвітньому Конгресі підприємств і менеджерів. В ньому наголошується, що головним завданням бізнесу є не максимізація прибутку, а створення оптимальних умов для його довгострокового стійкого розвитку, а отже і для всього суспільства. Інакше кажучи, корпоративна соціальна відповідальність повинна працювати на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання.

Доречно звернути увагу на те, що сьогодні абсурдно розглядати кампанії просто як підприємства засновані для однієї мети – отримання прибутку. Ми, громадяни, даємо їм спеціальні права, владу і привілеї, захист і переваги на основі розуміння, що їх діяльність приносить ще нам користь. Кожна корпорація має розглядатись як соціальне підприємство чиє існування і рішення можуть бути виправдані, тільки якщо вони служать суспільній або соціальній меті [11, с.76].

З цього приводу цікавими є результати опитування здійснені Центром розвитку соціальної відповідальності представників 600 підприємств України. Вони свідчать, що переважена більшість з них розглядають соціальну відповідальність або як синонім благодійності, або націлену на внутрішній розвиток соціальної діяльності. Так, на питання щодо сутності соціальної відповідальності було отримано такі відповіді респондентів:

- 58,1% - благодійність;
- 57,8 % - розвиток власного капіталу;
- 54,7 % - чесне ведення бізнесу [7, с.14].

Значно менша кількість респондентів відводять значенню участі бізнесу в рішенні регіональних і національних програм:

- 30,7% - здійсненню екологічних програм;
- 30,5 % - участі у регіональних проектах;
- 24,5 % - впровадженні принципів й практик прозорості та етичності поведінки.

Тільки, трохи більше половини кампаній (53,8 %) переконані, що практика соціальної відповідальності повинна реалізовуватись кожним підприємством, 41,1%, що лише тими кампаніями, які можуть цим займатися, а 5,6% - що бізнес не повинен взагалі орієнтуватись на ці цілі [7, с.17].

Основна частина заходів, класифікованих як соціальна відповідальність, які були здійснені кампаніями в 2010 році відносяться до практик, пов'язаних із працею [7, с.21]:

- навчання власного персоналу – 80,9 %;
- невикористання кампаніями дитячої праці – 78 %;
- введення програм щодо покращення умов праці – 66,1 %;
- відсутність в праці дискримінації – 58,8 %.

Значно менш розповсюдженими виявилися заходи соціальної відповідальності щодо участі бізнесу в розв'язанні загальнонаціональних соціально-економічних проблем.

Заслугове на увагу окремі положення в змісті Маніфесту, прийнятого в Давосі. Мова йде про твердження, що сьогодні основним критерієм ефективності діяльності підприємства виступає не прибуток, а більш складний соціально-економічний феномен – конкурентоспроможність. Прибутковість і конкурентоспроможність пов'язані між собою, але цілком очевидно, що саме конкурентоспроможність є умовою довгострокової прибутковості та стійкого розвитку [11, с.76].

На нашу думку, в умовах виникнення революційних технологій зазнали значної трансформації характер і принципи ведення конкурентної боротьби. Тому надзвичайно актуальним є питання щодо джерел формування конкурентоспроможності для кожної бізнес-організації.

Не викликає сумніву, що конкурентні переваги отримують ті підприємства, які гнучко реагують на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, які зробили ставку на людський капітал. Рівень розвитку людського капіталу в сучасних умовах є вагомим чинником економічного зростання, а проблема його забезпечення – одна з найважливіших як для держави, так і для наших підприємств, від розв'язання якої в значній мірі залежить їх конкурентоспроможність.

Враховуючи реалії сьогодення, Україна повинна водночас вирішувати дві важливі задачі: зростання власного економічного потенціалу за рахунок розвинутого індустріального суспільства і соціальної держави та створення передумов для забезпечення формування якісно нового людського потенціалу інформаційного, постіндустріального суспільства майбутнього. Реалізація другої мети неможлива без вирішення першої задачі, оскільки, «інтелект, якщо навіть і виникає, то в усякому разі, не відтворюється в бідності та небезпеці» [4, с.216].

Зрозуміло, що і на рівні держави і на рівні підприємства підвищення якості людського капіталу забезпечується шляхом інвестування. Інвестиції в формування людського капіталу – це форма вкладень в його носія – людину. Вони найбільш вигідніші ніж інвестиції в основний капітал. Завдяки людському капіталу, який є універсальним ресурсом, генеруються нові знання у вигляді новітніх технологій, послуг, інноваційних продуктів, визначаються конкурентні переваги держави, темпи і можливості її модернізації, що сприяє зростанню економіки і національного багатства. Як свідчить зарубіжний досвід, останні десятиліття стали економічне зростання притаманне тим країнам, яким

вдається досягти кращих результатів в людському розвитку на основі поєднання економічної ефективності та соціальної результативності, завдяки налагодженню економічних механізмів і оптимізації діяльності соціальних інститутів, які виступають засобом погодження інтересів і цілей суб'єктів, що взаємодіють у процесі економічної діяльності.

Відомі вітчизняні науковці наполягають на тому, що основними причинами відставання України по більшості соціально-економічних параметрів у порівнянні із високорозвинутими країнами світу є недооцінка значення національного людського капіталу, відсутність наявних умов для його відтворення і накопичення [17, с.71,72].

Розвинуті країни, які досягли найкращих результатів розвитку людського капіталу змогли побудувати та впровадити в діяльність бізнес-структур сучасну, ефективну мотиваційну систему. Вона передбачає модифікацію мотиваційного інструментарію, вдосконалення механізму мотивації економічної діяльності найманих працівників.

На наше глибоке переконання, це дає можливість в повній мірі реалізувати базову функцію соціальної відповідальності бізнесу – економічну відповідальність, яка дозволяє задовольнити потреби найманих працівників в більш повній мірі, сприяє гармонізації взаємовідносин між усіма співробітниками бізнес-організації, дає можливість розкрити професійні здібності працівників, створити умови для їх професійного і кар'єрного зростання.

Економічна складова відповідальності бізнесу, яка включає ефективну мотиваційну систему, не обов'язково має бути орієнтована на отримання прибутку в короткостроковому періоді, але впливаючи на формування всього спектра чинників та контрагентів, вона може формувати майбутній (в довгостроковому періоді) економічний ефект [1, с.79].

Що стосується сутності мотивації економічної діяльності найманих працівників, то її характеризують такі ознаки:

- по-перше, вона є економічною категорією, яка виражає економічні відносини між державою, суспільством, роботодавцями, з одного боку, та найманими працівниками з іншого боку, з приводу актуалізації та трансформації потреб, інтересів, цінностей, мотивів працівників з метою підвищення ефективності виробництва;
- по-друге – мотивація – це процес усвідомлення працівниками пріоритетних чинників діяльності та детермінації її цілей, ступінь досягнення яких свідчить про дієвість мотивації;
- по-третє, мотивацію слід розглядати як сукупність зовнішніх мотиваційних інструментів, які періодично модифікуються та обумовлюють спрямованість і результативність економічної діяльності найманих працівників й усвідомлених і активізованих внутрішніх інструментів мотивації.

По нашому розумінні при формуванні механізму мотивації економічної діяльності найманих працівників треба враховувати той факт, що особистість не тільки сприймає мотиваційний вплив держави, суспільства, роботодавців, а й

усвідомлює внутрішні чинники мотивації, які зазнають трансформації як самостійно, так і під впливом зовнішніх факторів та, підсумовуючи наслідки цих трансформацій, здійснює вмотивовану економічну діяльність, спрямованість і результативність якої може як співпадати з цілями зовнішніх мотиваторів, так і не співпадати [6, с.43].

Для повноцінного, ефективного функціонування мотиваційної системи доцільно своєчасно й регулярно інформувати співробітників бізнес-організацій про напрями її реалізації, стратегію і соціальну політику, яку вона здійснює, про нові проекти і завдання, які відбуваються у взаємозв'язку між компанією і суспільством.

Відомо, що дотепер, практично не існує уніфікованого підходу до реалізації механізму мотивації економічної діяльності найманих працівників. Втім, незалежно від галузевої приналежності бізнес-структур, їх специфічні ознаки, основними елементами мотиваційної складової що впливають на ефективність економічної діяльності найманих працівників є:

- по-перше, заробітна плата та її рівень;
- по-друге, система пільг працівникам, комплекс заходів, які при їх системному використанні сприяють зростанню продуктивності праці й зумовлюють якісні зміни у ставленні працівників до виконання своїх обов'язків;
- по-третє, усунення статутних, адміністративних і психологічних бар'єрів між працівниками, розвиток довіри в колективі, що забезпечується існуванням розвинутої корпоративної культури на підприємстві;
- по-четверте, підвищення кваліфікації та просування працівників по службі [6, с.43].

Треба враховувати наше сьогодення: в країні гостро постала проблема подолання не тільки «неефективного власника», породженого особливостями управлінської приватизації, але й неефективного працівника, чому сприяє штучне зниження вартості робочої сили, недовіра мотиваційні інструменти, збереження і навіть посилення психологічно-поведінкових стереотипів пасивного ставлення до праці [8, с.75,76].

Незважаючи на те, що заробітна плата є одним із найважливіших інструментів мотивації, крім неї необхідно застосувати й інші інструменти мотиваційного механізму. Це підтверджують дані анкетних опитувань, які проводилися Центром соціально-економічних досліджень в Кам'янському на ряді промислових підприємств міста «ТОВ ЗіП», металургійному комбінаті ГНПП «Цироконій», ПАТ «Калізатор» з метою визначення й аналізу соціально-економічних факторів якості праці керівників і фахівців підприємств та оцінки факторів підвищення продуктивності праці різних категорій працівників.

Показовим є той факт, що 26,3% респондентів пов'язують підвищення результативності праці, підвищення її продуктивності з наданням більшої самостійності в рішенні виробничих питань. Офіційна подяка як інструмент мотивації виявляється переважною для 27,3 % опитаних. Крім того 78,9 % респондентів підкреслили, що на підприємстві створена і діє система внутрішнього контролю за результатами праці керівників і фахівців. Це вказує

на те, що точно визначення результатів праці, а також постановка і оцінка цілей не тільки підвищує мотивацію, а й досить істотно впливають на продуктивність праці [5, с.60].

Дійсно, якщо не існує зацікавленості, яка в свою чергу, включає мотивацію в результатах роботи, то їх досягнення, по-перше, не контролюються, а по-друге, негативно впливає на ефективність діяльності працівників.

Всі ці складові системи мотивації необхідно враховувати при формуванні напрямів реалізації корпоративної соціальної відповідальності –, «... спираючись на те, що ключовим в категорії «соціальна відповідальність» є ключове слово «соціальність», яка являє собою сферу виробництва людського і суспільного життя [14, с.165].

Висновки. У сучасних умовах серед ключових факторів формування й підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, факторів, що формують їх конкурентні переваги першочергового значення набуває розвиток людського капіталу, його ефективне використання. Для бізнес-структур людський капітал являє собою найбільшу цінність, оскільки в процесі його раціонального використання вони отримують прибуток. Крім того, ще одним призначення людського капіталу є його можливість створювати й поширювати інновації, запровадження яких надає бізнес-структурам справжні конкурентні переваги.

Тому у теперішній час одним із напрямів діяльності бізнес-структур стає побудова ефективної системи управління людським капіталом. Поряд з іншими, вона повинна передбачати впровадження дієвого механізму соціальної відповідальності бізнесу, який повинен базуватися на сучасному розумінні її сутності, багаторівневої природи. Головне, що соціальну відповідальність слід розглядати як певний тип соціальних зобов'язань бізнес-структур не тільки перед працівниками тієї чи іншої бізнес-організації, а й перед іншими суб'єктами: партнерами, інститутами громадського суспільства, врешті решт, суспільства в цілому.

У цивілізованих країнах існують різні моделі соціальної відповідальності бізнесу. В Україні національна модель соціальної відповідальності бізнес-структур почала формуватися з великим запізненням. Її зміст, шляхи формування й напрями реалізації дають підстави стверджувати, що вона являє собою симбіоз елементів британської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і континентальної, для якої характерно бажання бізнес-структур отримати від держави чіткі поведінкові рамки.

Серед різноманіття функцій соціальної відповідальності бізнесу базовою, ключовою функцією є економічна відповідальність. Остання обов'язково повинна включати ефективну мотиваційну систему й має бути спрямована на формування економічного ефекту не тільки в короткостроковому, а й у довгостроковому періоді.

Бібліографічні посилання:

1. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні./М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. – 2009. - №7. – с. 74-85.
2. Бреслав Л. Кадровый потенциал и пути его повышения / Л. Бреслав, Б. Лисовик, И. Ломова // Человек и труд. - 2003. - № 4. - С. 48-53.
3. Грішнова О.А. Соціальні відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: монографія / О.А. Грішнова, Г.Ю. Мішук, О.О. Олійник. – Рівне: НУВГП. – 2014. – 216 с.
4. Делягин М.Г. Мировой кризис: общая теория глобализации: курс лекцій – 3-е изд., перераб. и доп. / М.Г. Делягин //– М.: Инфра-М. 2003. – 768 с.
5. Єфремова Н.Ф. Роль мотивації в підвищенні продуктивності праці на промисловому підприємстві / Н.Ф. Єфремова, О.В. Золотарьова //Академічний огляд. – 2005. - №12. – С. 57-61.
6. Єфремова Н.Ф. Мотиваційна складова у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Н.Ф. Єфремова, О.В. Золотарьова, В.І. Роєнко // Економіка та держава. – 2015. - №9. – С. 42-45.
7. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010 : стан та перспективи розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
8. Звігільський Ю.Л. Рівень заробітної плати – індикатор ефективності програми економічних реформ / Ю.Л. Звігільський // Економіка України. – 2013. - №9. – С. 73-84.
9. Информационная эпоха : вызовы человеку / под ред. И. Ю. Алексеевой, А. Ю. Сидорова. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 335 с.
10. Краев А.В. Теория человеческого капитала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecsoman.edu.ru/db/msg/61323>.
11. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння / А.М. Колот // Економіка України. – 2014. - №3. – С. 70-82.
12. Людський потенціал: механізми збереження та розвитку: монографія / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк та ін. / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2008. – 468 с.
13. Майбууров И. Эффективность инвестирования в человеческий капитал в США и России / И. Майбууров //МЭ и МО. – 2004. - №4. – С. 3-13.
14. Орлова Н.В. Концептуальные основы социальной ответственности бизнеса / Н.В. Орлова // Ринкова економіка:сучасна теорія та практика управління: зб. наук. праць / Одеський національний університет ім. Мечникова. – Одеса, – 2015. – Т. 14, вип.3 (31).– С. 145-168.
15. Олійник О.О. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності у трудових відносинах / О. О. Олійник // Демографія та соціальна економіка .– 2016. – №1. С.31-41.

16. Пригуляк Н.М. Інтелектуальний капітал суб'єктів економічної діяльності / Н.М. Пригуляк // Фінанси України. – 2011. - №12. – С. 30-40.
17. Пригуляк Н.М. оцeнка урoвня розвитку національного чoлoвеческого капітала в Україні. // Екoнoмiкa України. – 2017. - №12. – С. 68-85.
18. Чухно А. Модернізація економіки та економічна теорія / А. Чухно // Екoнoмiкa України. – 2012. - №9. – С. 4-12.

References:

1. Butko M. Henezys sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu ta yii stanovlennia v Ukraini./M. Butko, M. Murashko // Ekonomika Ukrainy. – 2009. - №7. – p. 74-85.
2. Breslav L. Kadrovyiy potentsial i puti ego povysheniya / L. Breslav, B. Lisovik, I. Lomova // Chelovek i trud. - 2003. - № 4. - P. 48-53.
3. Hrishnova O.A. Sotsialni vidpovidalnist u trudovykh vidnosynakh: teoriia, praktyka, rehuliuвання ryzykiv: monohrafiia / O.A. Hrishnova, H.Iu. Mishuk, O.O. Oliinyk. – Rivne: NUVHP. – 2014. – 216 p.
4. Delyagin M.G. Mirovoy krizis: obschaya teoriya globalizatsii: kurs lektsiy – 3-e izd., pererab. i dop. / M.G. Delyagin //– M.: Infra-M. 2003. – 768 p.
5. Yefremova N.F. Rol motyvatsii v pidvyshchenni produktyvnosti pratsi na promyslovomu pidpriemstvi / N.F. Yefremova, O.V. Zolotarova //Akademichnyi ohliad. – 2005. - №12. – P. 57-61.
6. Yefremova N.F. Motyvatsiina skladova u systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva / N.F. Yefremova, O.V. Zolotarova, V.I. Roienko // Ekonomika ta derzhava. – 2015. - №9. – P. 42-45.
7. Zinchenko A. H. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist 2005-2010 : stan ta perspektyvy rozvytku / A. H. Zinchenko, M. A. Saprykina. – K. : Vyd-vo «Farbovani lyst», 2010. – 56 p.
8. Zvihil'skyi Yu.L. Riven zarobitnoi platy – Indykator efektyvnosti prohramy ekonomichnykh reform / Yu.L. Zvihil'skyi // Ekonomika Ukrainy. – 2013. - №9. – P. 73-84.
9. Informatsionnaya epoha : vyzovy cheloveku / pod red. I. Yu. Alekseevoy, A. Yu. Sidorova. – M.: Rossiyskaya politicheskaya entsiklopediya (ROSSPEN), 2010. – 335 p.
10. Kraev A.V. Teoriya chelovecheskogo kapitala [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/61323>.
11. Kolot A.M. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: suchasna filosofiia, problemy zasvoiennia / A.M. Kolot // Ekonomika Ukrainy. – 2014. - №3. – P. 70-82.
12. Liudskiy potentsial: mekhanizmy zberezheniia ta rozvytku: monohrafiia / O.F. Novikova, O.I. Amosha, V.P. Antoniuk ta in. / NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. – Donetsk, 2008. – 468 p.
13. Mayburov I. Effektivnost investirovaniya v chelovecheskiy kapital v SShA i Rossi / I. Mayburov //ME i MO. – 2004. - №4. – P. 3-13.
14. Orlova N.V. Kontseptualnyie osnovyi sotsialnoy otvetstvennosti biznesa / N.V. Orlova // Rynkova ekonomika:suchasna teoriia ta praktyka upravlinnia: zb.

- nauk. prats / Odeskyi natsionalnyi universytet im. Mechnykova. – Odesa, – 2015. – T. 14, vyp.3 (31).– P. 145-168.
15. Oliinyk O.O. Realizatsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u trudovykh vidnosynakh / O. O. Oliinyk // Demohrafiia ta sotsialna ekonomika .– 2016. – №1. P.31-41.
 16. Prytuliak N.M. Intelktualnyi kapital subiektiv ekonomichnoi diialnosti / N.M. Prytuliak // Finansy Ukrainy. – 2011. - №12. – P. 30-40.
 17. Pritulyak N.M otsenka urovnya razvitiya natsionalnogo chelovecheskogo kapitala v Ukraine. // Ekonomika Ukrainy. – 2017. - #12. – P. 68-85.
 18. Chukhno A. Modernizatsiia ekonomiky ta ekonomichna teoriia / A. Chukhno // Ekonomika Ukrainy. – 2012. - №9. – P. 4-12.

УДК 336.72 (477)

JEL Classification: D 19

Karpyshyn N. I.
PhD, Associate Professor,
Ternopil National Economic University

Карпишин Н. І.
кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів ім. С.І. Юрія
Тернопільський національний економічний університет

Карпишин Н. И.
кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов им. С.И. Юрия
Тернопольский национальный экономический университет

PERSONAL SAVINGS IN THE BANK: CRITERIA OF THE OPTIMAL ALLOCATION

ОСОБИСТІ ЗАОЩАДЖЕННЯ В БАНКУ: КРИТЕРІЇ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗМІЩЕННЯ

ЛИЧНЫЕ СБЕРЕЖАНИЯ В БАНКЕ: КРИТЕРИИ ОПТИМАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

***Abstract.** The criteria for optimal placement of personal savings in banking institutions, which are the most popular financial institution for the preservation of free funds of Ukrainian citizens examined in the article. The criteria of reliability of domestic banks are analyzed: the year of foundation and business reputation of the bank; transparency of the bank's activities; participation in the Deposit Guarantee Fund of individuals; credit rating; information about the owners of the bank; share of foreign capital of the bank; customer feedback; financial indicators of the bank (size of assets, liabilities, volume of lending, etc.). The criteria for selecting an optimal bank deposit are also defined: the possibility of a partial withdrawal of funds from the deposit without loss of interest; possibility to replenish the deposit; conditions of changes in the deposit rate; terms of deposit insurance; term of deposit; deposit currency, etc.*

***Key words:** personal savings, organized savings, unorganized personal savings, bank, bank deposit, bank reliability criteria, bank deposit optimality criteria.*

***Аннотація.** В статті досліджено критерії оптимального розміщення особистих заощаджень у банківських установах, які є найпопулярнішим фінансовим інститутом збереження вільних коштів для громадян України. Проаналізовано критерії надійності вітчизняних банків: рік заснування та ділова репутація банку; прозорість діяльності банку; участь у Фонді гарантування вкладів фізичних осіб; кредитний рейтинг; інформація про власників банку; частка іноземного капіталу банку; відгуки клієнтів; фінансові показники банку (розмір активів, зобов'язань, об'єм кредитування тощо). Також визначено критерії вибору оптимального банківського депозиту: можливість часткового зняття коштів з депозиту без втрати процентів; можливість поповнення депозиту; умови змін депозитної ставки; умови страхування вкладу; термін вкладу; валюта вкладу, тощо.*

Ключові слова: особисті заощадження, організовані особисті заощадження, неорганізовані особисті заощадження, банк, банківський депозит, критерії надійності банку, критерії оптимальності банківського депозиту.

Анотація. В статті досліджені критерії оптимального розміщення личних сбережень в банківських установах, які є найбільш популярним фінансовим інститутом збереження вільних коштів громадян України. Проаналізовані критерії надійності вітчизняних банків: рік заснування та ділова репутація банку; прозорість діяльності банку; участь в Фонді гарантування вкладів фізичних осіб; кредитний рейтинг; інформація про власників банку; частка іноземного капіталу банку; відгуки клієнтів; фінансові показники банку (розмір активів, зобов'язань, обсяг кредитування тощо). Також визначені критерії вибору оптимального банківського депозиту: можливість часткового зняття коштів з депозиту без втрати відсотків; можливість поповнення депозиту; умови змінної депозитної ставки; умови страхування вкладу; термін вкладу; валюта вкладу тощо.

Ключевые слова: личные сбережения, организованные личные сбережения, неорганизованные личные сбережения, банк, банковский депозит, критерии надежности банка, критерии оптимальности банковского депозита.

Постановка проблеми. В економічній літературі, залежно від характеру мобілізації, особисті заощадження поділяють на організовані та неорганізовані. Неорганізовані особисті заощадження - це готівка у національній та іноземній валютах, яка зберігається на «руках». Наявність організованих заощаджень в населення є важливим показником розвитку ринкової економіки в країні, який відображає рівень довіри та взаємодії населення до різних фінансових інститутів (банків, страхових компаній, фондових бірж тощо) щодо збереження і/або примноження особистих коштів.

Організовані особисті заощадження - це кошти, вкладені у продукти фінансових установ (банківські депозити, страхові поліси, цінні папери тощо) з метою отримання додаткового доходу. В Україні основною формою збереження організованих особистих заощаджень громадян виступають банківські депозити, тому дослідження аспектів надійного і ефективного розміщення власних накопичень у банку є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики особистих заощаджень займалися зарубіжні і вітчизняні науковці, серед яких слід виділити праці К. Бюхера, Г. Беккера, Е. Гіденса, Т. Кізими, В. Купченка, О. Ватаманюка, В. Жупанина, Я. Петренка, Є. Носової та інших. Однак, більшість робіт вчених присвячена концептуалізації змісту та основ формування особистих заощаджень, тоді, як дослідженню практичних аспектів їх надійного та оптимального розміщення на фінансовому ринку, приділено мало уваги. В свою чергу, прикладні наукові поради є достатньо актуальними в сучасних умовах розвитку фінансових відносин в Україні, адже банки, незважаючи на кризові явища в банківській системі, досі виступають основним інститутом довіри у вітчизняних громадян.

Мета дослідження. Метою роботи є дослідження критеріїв надійності банку та визначення умов вибору оптимального банківського депозиту з метою

ефективного розміщення та збереження особистих заощаджень в банківських установах України.

Основні результати дослідження. Банківський депозит – це проста і доступна форма збереження і примноження особистих коштів громадян. Використання банківського депозиту як інструменту формування особистих заощаджень може відбуватись з метою:

- створення резерву на випадок непередбачуваних змін у фінансовому становищі (втрати роботи, зменшення заробітної плати) чи обставин у житті людини (погіршення стану здоров'я, втрати майна тощо). Фінансові консультанти рекомендують створювати мінімальний резерв в розмірі 6 щомісячних обсягів витрат сім'ї [1, с. 69]. Головними вимогами до формування резерву є ліквідність і доступність до коштів, щоб у разі необхідності можна було швидко конвертувати їх у готівку та вирішити виниклі фінансові проблеми.

- створення заощаджень для певних цілей (для навчання, купівлі довгострокових товарів, проведення відпустки тощо);

- накопичення первинного капіталу для подальшого інвестування, особливо в короткостроковому періоді (від 1 міс. до 2 років).

Слід зазначити, що банківський депозит є найменш ефективним способом інвестування особистих коштів, оскільки його основним призначенням є швидше забезпечення високої гарантії безпечного збереження заощаджень, а потім вже можливість їхнього зростання і капіталізації. Тому, використовувати банківський депозит з метою примноження особистих заощаджень малоефективно, і, як правило, відсоток по банківському депозиту покриває рівень інфляції, а нерідко і ще менше.

Українці практично не звертаються за кваліфікованою допомогою до фінансових консультантів щодо отримання послуг з приводу грамотного вибору банківських послуг та ефективного розміщення особистих заощаджень. Хоча фінансовий консультант, який володіє достатньою інформацією про банківську систему загалом та про окремі банки, зокрема, може допомогти своєму клієнту порівняти банківські послуги та обрати максимальну вигоду і зробити найкращий вибір. Адже, як правило, надійні банки не завжди пропонують найвигідніші умови по кредитах чи депозитам, однак, дають високі гарантії виконання усіх умов. Тож завданням фінансових консультантів є пошук золотої середини між надійністю та умовами, які б задовольняли клієнта.

Існує перелік основних критеріїв, за якими можна визначити надійність банку [6].

По-перше, рік заснування та ділова репутація банку. Зокрема, надійним вважається банк, який функціонує на ринку як мінімум 40 років. Репутація банку аналізується за весь період діяльності, особливо в часи фінансових криз, коли можна оцінити як повертались депозити клієнтам банку, або чи отримував банк від держави суми «рефінансування». Цю інформацію можна отримати з веб-сайтів, Інтернет-видань, форумів та соціальних мереж. В Україні найстарішими банками, які працюють сьогодні, є Укрсоцбанк -перший

zareestrovaniy v nezalezhnii Ukraini bank (1991 p.), «Idea-bank» (1991 p.), Bank «Lviv» (1991 p.), Oshadbank (1991 p.). Ukrsiybank (1991 p.), Privatbank (1992 p.), «Rajffajzen bank Avаль» (1993 p.) [5].

По-друге, прозорість діяльності банку [IPO] - initial public offering (англ.) - його первинна публічна пропозиція, публічне розміщення акцій на фондових біржах. Якщо банк (фінансова група) пройшов IPO, то це вже свідчить про певний рівень надійності. Також по курсу акцій можна простежити поточний стан фінансових справ банку.

По-третє, банк повинен бути учасником Фонду гарантування вкладів фізичних осіб і мати про це свідоцтво. Станом на сьогодні Фондом встановлено граничний розмір відшкодування коштів за банківськими вкладами, включаючи відсотки – не більше 200 тис. грн. Ці права захищає Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб». Інформацію про запровадження у банку тимчасової адміністрації, прийняття рішення про ліквідацію банку, початок виплат гарантованої суми відшкодування також можна дізнатись в офіційних газетах «Голос України», «Урядовий кур'єр», на сайті Фонду та за телефоном «гарячої лінії».

Надійний банк має мати високий кредитний рейтинг. Оцінку надійності кредитних рейтингів дають як міжнародні агентства Fitch Ratings, Standard & Poor's, Moody's, так і уповноважені вітчизняні агентства в Україні, перелік яких подано на сайті Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку. Серед вітчизняних агентств відомим є «Стандарт-Рейтинг», Кредит-Рейтинг, «Експерт-Рейтинг», «Рюрік», «ІВІ-Рейтинг».

Важливою також є інформація про власників банку, адже надійний банк завжди дає відкриту інформацію про своїх власників. Якщо власниками банку є маловідомі бізнесмени, у яких ще й не цілком чиста репутація, то назвати банк надійним складно. Також ненадійними є ті банківські установи, власниками яких є представники офшорних компаній.

Тривалий період часу власники українських банків могли залишатися в тіні, що дозволяло їм займатися політикою (серед українських власників банків можна побачити багато депутатів та чиновників) та кредитувати власні бізнес-імперії за рахунок коштів вкладників, робити «обнал» та виводити гроші закордон. Так, до 2015 р. близько 70 банків не мали прозорої структури власності. Однак, в результаті роботи НБУ щодо розкриття власників банків, кількість «невпізнаних» значно скоротилась і в 2016 р. лише близько 10 фінансових установ використовували такі типові схеми приховування своїх власників як «футбольна команда» - коли статутний капітал поділено між багатьма особами, «трасти» - статутний капітал передано інвестиційним компаніям для приховування бенефіціара та «кіпріоти» - власниками записані офшорні компанії та юристи, які ними керують [2].

Доречно, також, звертати увагу і на частку іноземного капіталу банку. І хоча зарубіжні банки не дають гарантій по зобов'язанням «своїх» українських банків, проте, материнська компанія завжди буде зацікавлена в стабілізації фінансової ситуації. Адже якщо її акціонери визнають про банкрутство дочірньої компанії-банку, то можуть почати продавати акції материнської установи.

Тому, як правило, діяльність банків, які мають іноземний капітал контролюються з-за кордону материнською компанією. Наприклад, банк «Аваль» в 2008 р. мав проблеми, однак встояв завдяки підтримці зарубіжних акціонерів.

Важливо також аналізувати відгуки клієнтів банку на незалежних форумах в Інтернеті, в соціальних мережах тощо.

Для визначення надійності банку можна використовувати статистичну і фінансову звітність, яка розміщена на сайтах НБУ, Асоціації українських банків, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, Незалежної асоціації банків України, для аналізу фінансових показників того чи іншого банку, його активів, власного капіталу, прибутку тощо. Зокрема, критеріями надійності банків за рейтингами НБУ є розмір активів, зобов'язань, системні взаємозв'язки в банківській системі і об'єм кредитування важливих секторів економіки. Рейтинг надійності українських та іноземних банків за умовами НБУ у 2018 р. (ТОП 10) був наступним:

1. Райффайзен банк Аваль (Raiffeisen Bank, Австрія)
2. Креді Агриколь Банк (Credit Agricole, Франція)
3. Укрсиббанк (BNP Paribas Group, Франція)
4. Ощадбанк (державний)
5. Укресимбанк (державний)
6. Кредобанк (PKO Bank Polska, Польща)
7. Сітібанк Україна (Citigroup, США)
8. ПроКредит Банк (ProCredit Bank, Німеччина)
9. Укргазбанк (державний)
10. Альфа-Банк (ABN Holdings Люксембург) [4].

Можна відмітити, що жоден український приватний банк не попав у ТОП-10 рейтингу і у вітчизняному банківському секторі переважають державні та іноземні банки.

Після оцінки надійності банків, наступним кроком є вибір найбільш оптимального банківського депозиту за такими критеріями:

- можливість часткового зняття коштів з депозиту без втрати процентів. Цей критерій особливо важливий, якщо метою створення особистих заощаджень є формування резервного фонду, так званої «подушки безпеки»;
- можливість поповнення депозиту. Цей критерій слід враховувати, якщо метою створення особистих заощаджень є накопичення коштів на певні потреби. Це дає змогу щомісячно поповнювати депозит, а особливо помітний ефект дає використання Інтернет-банкінгу або інших послуг, які допомагають автоматично поповнювати депозитний рахунок з зарплатної картки і економити час;
- мінімальна можливість змін процентної ставки по банківському депозиту. Найкращий вибір – це фіксована процентна ставка по депозиту, що дає можливість для подальшого особистого планування;
- умови страхування вкладу (слід брати до уваги розмір страхового платежу);
- термін вкладу (від 1 місяця до 2 років);

- валюта вкладу. У вітчизняній практиці найбільш популярними валютами є національна, американський долар та євро. Оптимальним вважається мультивалютний вклад, впродовж строку дії якого дозволена конвертація однієї валюти в іншу без дострокового припинення і штрафних санкцій. І хоч за кожну конвертацію знімається комісія (1-2%), а процентні ставки завжди нижчі, однак, це ефективний спосіб захисту від валютних ризиків;

З осторогою слід відноситися до банків, які пропонують високі депозитні ставки, адже це може свідчити про певні проблеми банку на ринку. Зокрема, логіка така, що якщо банку А крупний кредитор вчасно не повернув кредит, то банк буде змушений йти на ринок і позичати кошти в інших банків. Однак, якщо ситуація з поверненням кредиту затягується, то інші банки перестають кредитувати банк. Ось, тоді проблемний банк і виходить з пропозицією високих % по депозиту для населення. Ще однією причиною високих ставок по депозитах, може бути кредитування ризикових проектів, адже якщо банк розміщує дорогі депозити, то він дає дорогі кредити які можуть взяти ризикові компанії, котрі розвиваються.

Мінімальні процентні ставки Топ-5 банків України по депозитах для фізичних осіб (станом на квітень 2018 р.) представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Процентні ставки Топ-5 банків України по депозитах для фізичних осіб (станом на квітень 2018 р.), %*

(на 12 місяців)

Банк	грн.	амер. дол.	Євро
Райффайзен банк Аваль	13	0,15	-
Креді Агриколь Банк	10,5	0,01	0,01
Укрсиббанк	5,5	-	-
Ощадбанк	13,75	3,75	2,75
Укрексімбанк	13,42	3,6	2,93

*Джерело: складено автором за даними [3]

Як бачимо, процентна ставка по депозитах у гривні є найвищою, однак, зважаючи на рівень інфляції, який у 2017 році становив 13,6%, розмір ставки фактично покриває цей показник.

За даними статистики, в 2017 р. вибір українців - фізичних осіб по банківських депозитах стосувався таких банків [3]: Приватбанк – 159,6 млн. грн.; Ощадбанк – 74,6 млн. грн.; Укрексімбанк – 23,8 млн. грн.; Райффайзен Банк Аваль – 18,3 млн. грн та Альфа-Банк – 17,6 млн. грн. Отже, парадоксально те, що незважаючи на різкий обвал надійності Приватбанку, українці і досі продовжують йому довіряти та вкладати кошти в депозити.

Висновки. Отже, знання і використання інформації про рік заснування та ділову репутація банку; прозорість його діяльності; участь у Фонді гарантування вкладів фізичних осіб; кредитний рейтинг; про власників банку; частку іноземного капіталу банку; відгуки клієнтів; фінансові показники банку,

тощо дають можливість всебічного аналізу і визначення надійності банківської установи для її вибору при розміщенні особистих заощаджень. Однак, обираючи надійний банк, також слід оптимізувати банківський депозит, який, залежно від цілей створення особистих заощаджень, буде враховувати умови часткового зняття коштів з депозиту без втрати процентів (якщо особисті заощадження створюються на «чорний» день); можливість поповнення депозиту (якщо метою особистих заощаджень є накопичення коштів для визначених потреб); умови зміни депозитної ставки, страхування вкладу та терміни і валюту вкладу, тощо.

Комплексне застосування вищезазначених критеріїв відкриває можливості не лише для ефективного розміщення і накопичення особистих заощаджень громадян, а й поступового відновлення довіри у більшій частині суспільства до вітчизняної банківської системи, що є запорукою розвитку економіки і країни в цілому.

Бібліографічні посилання:

1. Кізима Т., Куцяк В. Особисте фінансове планування. Світ фінансів. 2015. № 3. С.62-70.
2. Кому належать українські банки. URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3000093/komu_nalejat_ukransk_banki
3. Рейтинг депозитів фізичних осіб. URL: <https://minfin.com.ua/ua/deposits/>
4. Рейтинг самых надёжных банков Украины 2018 URL: <https://forinsurer.com/rating-banks>
5. Топ-10 найстаріших банків України. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_top10-najstarishih-bankiv-ukrayini/718790
6. Як вибрати надійний банк. URL: <http://www.investor100.com/sample-page/>

References:

1. Kizyma T., Kutsiak V. Osobyeste finansove planuvannia. Svit finansiv. 2015. № 3. S.62-70.
2. Komu nalezhat ukrainski banky. URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3000093/komu_nalejat_ukransk_banki [in Ukrainian].
3. Reitynh depozytiv fizychnykh osib. URL: <https://minfin.com.ua/ua/deposits> [in Ukrainian].
4. Rejting samyih nadyozhnyih bankov Ukrainyi 2018. URL: <https://forinsurer.com/rating-banks> [in Russian].
5. Top-10 naistarishykh bankiv Ukrainy. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_top10-najstarishih-bankiv-ukrayini/718790 [in Ukrainian].
6. Iak vybraty nadiinyi bank. URL: <http://www.investor100.com/sample-page> [in Ukrainian].

УДК 330.341
JEL F23

Latysheva O. V.,
PhD, senior teacher of Department of economy of enterprises,
Milyavskiy M.Y.,
PhD, Associate Professor of Department of economy of enterprises,
Donbas state machine-building academy

Латишева О. В.,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства,
Мілявський М.Ю.,
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Донбаська державна машинобудівна академія

Латышева Е. В.,
к.э.н., старший преподаватель кафедры экономики предприятия,
Милявский М.Ю.,
к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия,
Донбасская государственная машиностроительная академия

STUDY OF THE STATE AND PROSPECTS OF IT-SECTOR DEVELOPMENT TO PROVIDE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ІТ-ГАЛУЗІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ИТ- ОТРАСЛИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

***Abstract.** Progress of market of information technologies of Ukraine trends are considered in the article. On the basis of statistical and analytical data of domestic and international public accountant companies the analysis of the modern state of IT-market is conducted and the prognosis of dynamics of development IT-segment of Ukraine on 2020 are presented. Research of export potential of IT-segment is conducted on results 2017 and the prognoses of development of IT-segment on 2020 are presented. In the article obstacles are certain for steady market of development IT-services in Ukraine and prognoses are presented in relation to the prospects of market of information technologies of Ukraine development. Essence and results of introduction of basic scenarios of development of IT-market are certain. In the article measures for the improvement of the state and increase of potential of IT-segment are offered.*

***Keywords:** IT-market, information technologies, IT-sphere, informative society, foreign investments, steady development.*

***Анотація.** У статті розглянуто тенденції розвитку ринку інформаційних технологій України. На основі статистичних та аналітичних даних вітчизняних та*

міжнародних аудиторських компаній проведений аналіз сучасного стану та представлено прогноз динаміки розвитку ринку інформаційних технологій (ІТ-ринку) України до 2020 року. Проведено дослідження експортного потенціалу ІТ-сектору за підсумками 2017 року і представлено прогнози на 2020 рік. У завершальному підсумку визначено перешкоди сталому розвитку ринку ІТ-послуг в Україні та представлено прогнози щодо перспектив розвитку ринку інформаційних технологій України. Визначено сутність та результати впровадження основних сценаріїв розвитку ІТ-ринку. У статті запропоновано заходи для покращення стану і розширення потенціалу ІТ-сектору.

Ключові слова: ІТ-ринок, інформаційні технології, ІТ-сфера, інформаційне суспільство, іноземні інвестиції, сталий розвиток.

Анотація. В статье рассмотрены тенденции развития рынка информационных технологий Украины. На основе статистических и аналитических данных отечественных и международных аудиторских компаний проведен анализ современного состояния и представлен прогноз динамики развития рынка информационных технологий (IT-рынка) Украины до 2020 года. В заключении, по итогам 2017 года проведено исследование экспортного потенциала IT-сектора и представлены прогнозы его развития на 2020 год. В статье определены препятствия для устойчивого развития рынка IT-услуг в Украине и представлены прогнозы относительно перспектив развития рынка информационных технологий Украины. Определена сущность и результаты внедрения основных сценариев развития IT-рынка. В статье предложены мероприятия для улучшения состояния и повышения потенциала IT-сектора.

Ключевые слова: IT-рынок, информационные технологии, IT-сфера, информационное общество, иностранные инвестиции, устойчивое развитие.

Постановка проблеми. Внаслідок розгортання глобалізаційних процесів та поширення інформатизації суспільства виникають нові інформаційні технології. Відповідно це створює нові можливості розвитку вітчизняного ринку інформаційних технологій і використання українськими підприємствами інформаційних технологій та ІТ-продуктів у контексті інтеграції до глобального інформаційного суспільства, що визначає необхідність проведення аналізу сучасного потенціалу ІТ-ринку України задля визначення подальших перспектив його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сучасного стану та потенціалу розвитку ринку інформаційних технологій України здійснювали вітчизняні фахівці, а саме: Ю. Антонюк [1], О. Альхімович [1], І. Беда [1;3], С.Кулеш [4;6], О. Кубраков [7], Я. Любінець [1], В. Седлер [1], С. Савенко [5; 8], а також такі провідні науковці, як: О. Бабанін, А. Грознік, Б. Дмитришин, Н. Мешко, С. Сардак, К. Сокол, А. Ставицька [9] та інші. Базою для проведення аналізу сучасного стану та побудови прогнозів щодо розвитку ринку ІТ-послуг в Україні були дослідження, аналітичні звіти та прогнози провідних фахівців ІТ-галузі в країні, звіти Державної служби статистики України, дані аудиту ринку ІТ-послуг міжнародних організацій. Але невирішеною частиною проблеми дослідження стану ІТ-ринку України є обмежений доступ до офіційної статистики підприємств України, що звужує можливості більш детального надання перспектив і прогнозів.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення потенціалу ІТ-ринку України на основі наявних статистичних та аналітичних даних, визначення стратегій сталого розвитку ІТ-сектору національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зараз ІТ - один з ключових драйверів економіки України. Британська асоціація «Global Sourcing Association» (GSA) назвала Україну кращою країною 2017 року для надання послуг аутсорсинга. На фоні конкуренції за ресурси, таланти, технології, нові ідеї - як усередині країни, так і на глобальній арені пріоритетом для України залишається розвиток інженерного і інноваційного потенціалу країни, формування позитивного іміджу ІТ-галузі в країні і за її межами, а також залучення нових клієнтів. Для цього є усі підстави, оскільки у щорічний рейтинг кращих постачальників ІТ-послуг «The Global Outsourcing-100» за 2017 рік потрапили відразу 13 компаній з офісами в Україні (на 3 більше, ніж 2016 р.) [1; 2].

Однак, зараз ІТ-сектор в Україні розширюється не за рахунок збільшення долі на світовому ринку, а за рахунок росту послуг, що надаються, у світі. Для збільшення долі нашої країни на світовому ринку, щорічні темпи росту ІТ-послуг повинні перевищувати середньосвітовий рівень, забезпечуючи приріст не менше 30-40% в рік. За оцінками експертів, в найближчі п'ять років середньорічні темпи росту у світі складуть близько 20%. Потрібна програма, стимулююча прихід інвесторів в український сектор інформаційних технологій і закони, обмежуючі ІТ-компанії від безпідставного втручання держави в їх роботу. [5]

За підрахунками асоціації «ІТ-Україна», що об'єднує аутсорс-компанії, обсяг експорту послуг зріс з приблизно 3 млрд. дол. США до 3,6 млрд. дол. США у 2017-му, на поточний рік прогноз становить 4,5 млрд. дол.США, до 2025 року галузі пророкують зростання майже вдвічі. [7]

За даними міжнародної мережі компаній "PricewaterhouseCoopers" (PwC), що пропонують професійні послуги в області консалтингу і аудиту, а також згідно прогнозів асоціації «ІТ-Україна»: якщо позитивний баланс на зовнішньому і внутрішньому ринках збережеться, то є усі підстави вважати, що 2018 рік українське ІТ зможе закінчити з приростом в 20% і більше. Як мінімум ЕРАМ планує вирости на 22-25%. Такі цілі ставлять великі компанії, які багато в чому формують динаміку усього ринку. Оскільки ІТ-індустрія показала ріст близько 20%, а її об'єм експорту досяг 3,6 млрд. дол. США, то за прогнозами за сприятливих умов до 2025 року ІТ-галузь може вирости до 8, 4 млрд. дол. США (майже в 2,5 разів), а кількість робочих місць збільшиться до ~ 240 тис. осіб. Сьогодні український ІТ-ринок - це переважно експортна галузь, спрямована на продажів послуг з розробки програмного забезпечення і різноманітних R&D проектів. Тому ріст ІТ-індустрії в майбутньому безпосередньо залежатиме від рівня конкурентоспроможності України на міжнародному ринку [1; 2].

Для підвищення рівня конкурентоспроможності України на міжнародному ринку нам необхідно постійно нарощувати темпи змін усередині країни, які позитивно впливатимуть на подальший розвиток українського ІТ-ринку. З позитивних змін в 2017 році можна виділити ті, що набуло чинності

Угода про асоціацію між Україною і Євросоюзом і безвізовий режим, ці події показали, що Україна готова поступово рухатися вперед. Що стосується 2018 року, український ринок ІТ може продемонструвати ріст на 20-25% за умови збереження стабільності в країні. Але кількісний розвиток ринку неможливий без якісної складової. Успіх ІТ-індустрії в майбутньому багато в чому залежатиме від співпраці українських ІТ-компаній за визначенням подальших векторів розвитку індустрії. У числі традиційних пріоритетів: зміни в системі освіти з метою підвищення якості технічних фахівців; збільшення кількості ІТ-фахівців в країні, не лише за рахунок реформи технічної освіти, але і залучення на ринок інженерів з інших країн. Для цього, наприклад, потрібні певні зміни в міграційній політиці і т. п. [1; 2]

Запорука успіху української ІТ-галузі, як і будь-якого іншого бізнесу, полягає в кваліфікованих кадрах, сприятливих умовах, правильному менеджменті та умінні розпоряджатися ресурсами. [7]

Історично Україна завжди була центром розробки програмного забезпечення, технологічних рішень для аналізу і обробки даних. Важливу роль тут відіграє й рівень технічної освіти, яка розвивалася у нашій країні протягом десятків років. Сьогодні ми маємо близько 16 000 випускників технічних спеціальностей щорічно і займаємо лідерські позиції у світі за кількістю сертифікованих ІТ-фахівців. А провідні українські університети за підтримки бізнесу запускають освітні програми по найперспективнішим областям інформаційних технологій – Data і Computer Science, Artificial Intelligence, Internet of Things. [7]

Так, росту вклад ІТ для ВВП з 2011 до 2015 року збільшився з 0,6 до 3,3% (з \$1, 1 до \$2, 6 млрд.) вдалося досягти завдяки молодому поколінню інженерів - за останні чотири роки число ІТ - фахівців збільшилося з 42,4 тис. до 91,7 тис. За даними компанії "PricewaterhouseCoopers", Україна входить топ-20 (за даними International Trade Centre - топ-25) найбільших експортерів ІТ-послуг у світі. Більше 70% експорту ІТ-послуг України складає розробка програм на замовлення. [3]

Фахівців, зайнятих у галузі інформаційних технологій (без урахування працівників центрів підтримки, менеджерів і представників інших нетехнічних спеціальностей), зараз близько 116 000 чоловік – практично, це найбільша кількість розробників у Центральній та Східній Європі. [7]

Аналіз зовнішніх і внутрішніх сприятливих умов для розвитку ІТ-галузі [3-7] показав наступне. У всьому світі зростає попит на послуги у сфері інформаційних технологій. І тут ми можемо спостерігати ідеальну для ринку ситуацію, коли попит і пропозиція повністю відповідають один одному. А високий рівень освіти, про який вже говорилося вище, і європейський менталітет вигідно відрізняють нас від конкурентів. До внутрішніх умов, які позитивно впливають на розвиток ІТ в Україні, можна віднести невтручання в сектор з боку держави протягом багатьох років. Добре це чи погано, але технології та інновації просто не викликали у можновладців якогось особливого інтересу, індустрії ніхто не перешкоджав, залишивши її

розвиватися саму по собі. Зараз ця ситуація змінюється в позитивному ключі – позитивних сигналів від перших осіб уряду стає все більше. [7]

Важливим фактором успіху для індустрії є й фіскальна політика – наявність «третьої групи» для фізичних осіб-підприємців замінює методи стимулювання галузі, які давно існують у наших сусідів. [7]

Аналіз стану розвитку аутсорс-компаній показав наступне. Основним споживачем українських ІТ-послуг є США. На цю країну припадає близько 70% експорту галузі. Другий за обсягом ринок для нашої індустрії – це країни ЄС. По 7% припадає на Великобританію і Німеччину, ще 7% – на інші країни Європейського Союзу. Окремим рядком можна виділити й Ізраїль, куди поставляється 5% від сукупного обсягу українського експорту ІТ-послуг. Решта 4% розподілені між іншими країнами світу. Про прогнози щодо результатів у кінці цього року. За результатами поточного року переважна кількість представників галузі очікує помітного зростання – 20-30%. Це підтверджують і результати дослідження PwC, чії дані індустрія вважає найбільш точними. Разом зі зростанням фінансових показників збільшиться й кількість фахівців, зайнятих у галузі – зі 116 000 до 144 000 чоловік. [7]

Додатковий аналіз динаміки об'єму експорту ІТ-послуг та чисельності фахівців цієї галузі [3; 6] показав наступне. За підрахунками профільного українського ІТ - ресурсу "DOU.UA" [3; 6] за 2017 р. кадровий склад ІТ-галузі України виріс як мінімум на 27%, а кількість відкритих вакансій - майже на 50%, то можна зробити висновок, що частина вакансій залишається незакритою і дефіцит фахівців загострюється. Це побічно підтверджується зниженням середньої кількості відгуків на одну вакансію - це співвідношення впало з 8 відгуків/вакансію минулого року і початку 2017 року до 7 і навіть 6 відгуків/вакансію в серпні-жовтні 2017 року. [6]

Українська асоціація «ІТ Ukraine», до складу якої входять більше 50 ІТ-компаній країни, опублікувала дані щодо ІТ - сегменту за підсумками 2017 року і прогнози на 2018 рік. Спершу організація «ІТ Ukraine» нагадала, що 13 українських компаній входять в Топ-100 розробників світу, а більше 100 компаній зі списку "Fortune" вибирають українські ІТ-сервіси. За підрахунками асоціації, обсяг експорту ІТ-послуг (рис. 1) виріс з 3,0 млрд. \$ в 2016 році до 3,6 млрд. \$ в 2017 році, при цьому вклад експортного ІТ-сегменту у ВВП країни склав 3,34%, а працюючі в нашій країні компанії заплатили 16,7 млрд. грн. податків. Наступного року асоціація чекає росту об'єму експортної продукції до 4,5 млрд. \$, в 2020 році - до 5,4 млрд. \$, а до 2025 року - до 8,4 млрд. \$ (на цей момент вклад ІТ у ВВП виростає до 4,65%, а сплачені податки складуть 46,1 млрд. грн.). [4]

За даними української асоціації «ІТ Ukraine» за 2011-2016 рр. чисельність фахівців в ІТ виросла на 144%, що в даний момент складає близько 116 тисяч високо кваліфікованих фахівців (за їх прогнозами вже в 2025 році їх кількість повинна скласти близько 242 тисяч осіб). На даний момент в Україні 72% ІТ-фахівців чоловіки, 28% - жінки, середній вік - 30 років, середня зарплата - 1,6 тис. дол. [4].

Зараз ключові загрози для розвитку українського ІТ-ринку це:

- 1) Зниження конкурентоспроможності через зростання податків;
- 2) Необґрунтований тиск з боку контролюючих органів;
- 3) Перенесення бізнесу і стартапів в інші країни;
- 4) Переїзд фахівців на роботу за рубіж;
- 5) Низькі темпи розвитку технічної освіти.[5]



Рис. 1. Експортний потенціал ІТ - сегменту за підсумками 2017 року і прогнози на 2018 рік

Джерело: [4]

Дослідження PwC з врахуванням існуючих загроз для розвитку українського ІТ-ринку не лише показало реальний стан української ІТ-галузі, але і розглянуло три вірогідні сценарії розвитку ІТ-ринку до 2020 року (рис. 2) [3].

В контексті представлених сценаріїв розвитку українського ІТ-ринку до 2020 року (див. рис. 2) світовий досвід пропонує такі кроки для стимулювання розвитку ІТ-сектору:

- 1) Спростити візовий режим для іноземних інвесторів і фахівців;
- 2) Формування технологічних парків з пільговим порядком оподаткування;
- 3) Створення фондів для інвестування в ІТ-проекти за участю держави, і іноземних інвесторів;

Звести до мінімуму вплив контролюючих органів на діяльність ІТ-компаній і стартапів [5]. Найближча мета вітчизняної ІТ-індустрії: подвоїти об'єм послуг, що надаються, і перейти від розробки окремих ІТ-послуг до розробки і виробництва власних продуктів. Результатом переходу на якісно новий рівень може стати різкий ріст доходів в секторі інформаційних технологій. Проте якщо держава продовжить "давяти" податками, і продовжиться необґрунтована перешкода роботі компаній, ІТ-ринок залишиться на нинішньому рівні, або почнеться його скорочення. [5]

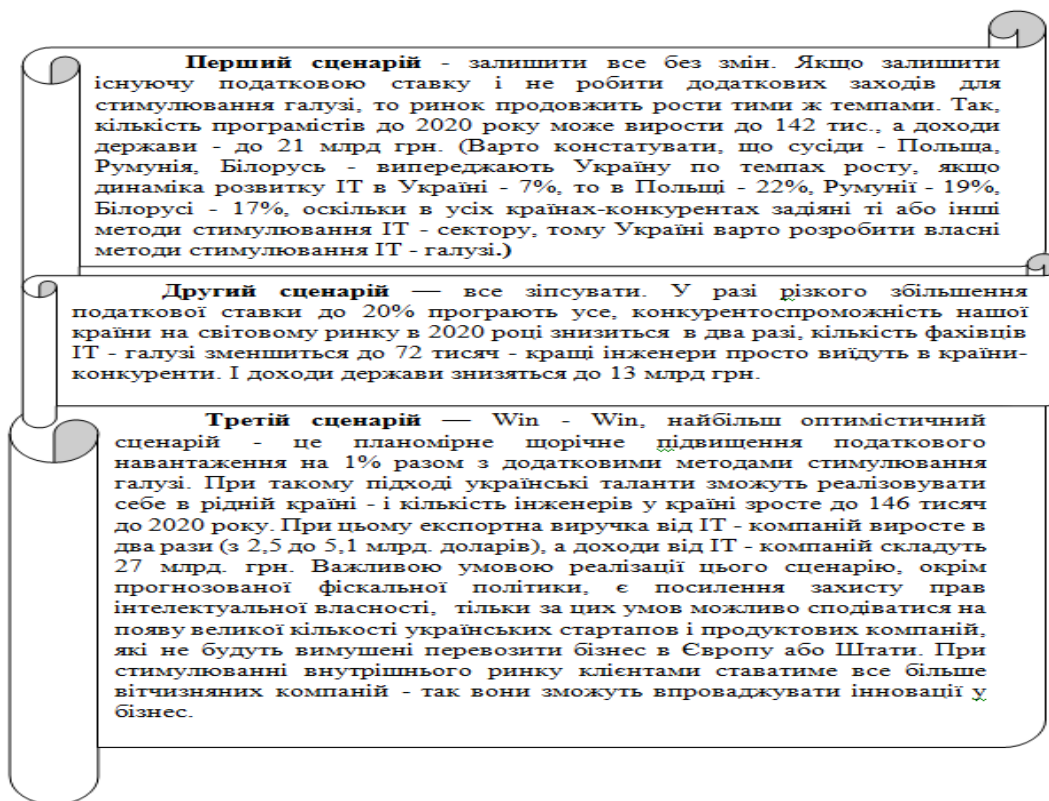


Рис. 2. Сутність та результати вірогідних сценаріїв розвитку українського ІТ-ринку до 2020 р. за даними міжнародної аудиторської компанії "PwC"

Джерело: авторська розробка на підставі опрацювання даних міжнародної аудиторської компанії "PwC" [3]

За даними [5; 8] очікуються наступні результати розвитку ІТ-ринку в Україні до 2020 року:

- 1) Ріст кількості фахівців галузі до 200 тисяч;
- 2) Збільшення експорту ІТ-послуг до 6 млрд. дол. (рис. 3);
- 3) Збільшення ніші на світовому ринку;
- 4) Вихід галузі на друге місце по рівню експорту;
- 5) Збільшення відрахувань до бюджету до 30 млрд. грн. [5]

Експорт послуг української ІТ-індустрії, млрд.дол.США

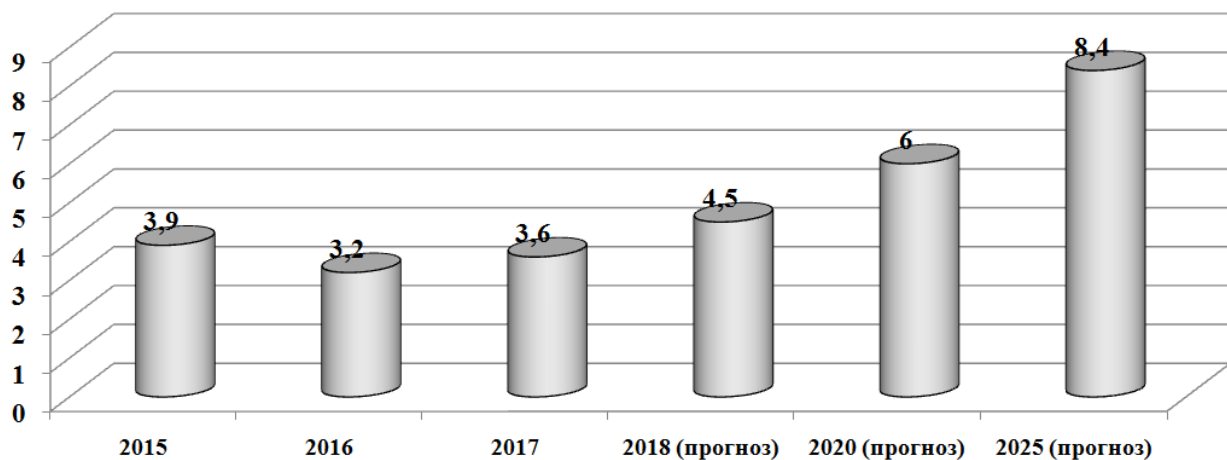


Рис. 3. Прогнози розвитку ІТ-ринку в Україні до 2020 року

Джерело: побудовано на підставі опрацювання даних [3; 5; 8; 9]

Олександр Кубраков, директор "IT Ukraine Association" [7], також передбачає позитивні результати розвитку ІТ-ринку в Україні, насамперед зростання кількості компаній, в які інвестують гроші. Цей прогноз побудовано на даних інвестиційного фонду "Insoft Capital", який спеціалізується на інвестиціях в аутсорсингові компанії в Україні та Східній Європі і дослідження якого підтверджують факт позитивних змін кількості компаній для інвестицій. Найцікавішими містами для інвесторів сьогодні є Київ і Львів, Харків, Одеса, що логічно, адже саме тут зосереджена найбільша кількість ІТ-компаній. [7]

Висновки. Отже, аналіз розвитку ІТ-ринку за даними [1; 3-7] показав позитивні прогнози перспектив розвитку ІТ-сектору. Якщо не з'явиться непередбачених регуляторних бар'єрів, а політична ситуація всередині країни буде стабільною, український ринок ІТ-послуг за даними [7] у наступні 2-3 роки чекають розвиток і зростання іноземних інвестицій у сектор інформаційних технологій. Цьому сприяють певні успіхи українських розробників у найбільш перспективних технологічних напрямках (Data Science, AR/VR, машинне навчання, штучний інтелект), а також результати успішно реалізованих кейсів у даних областях. Саме такі результати позитивно впливають на імідж України як країни з високим інтелектуальним потенціалом і однозначно призведе до подальшого стрімкого розвитку галузі інформаційні технології для побудови нової економіки знань.

Бібліографічні посилання:

1. Украинский IT - рынок: итоги 2017 и перспективы 2018 / Электронное издание "DOU", выпуск от 27 декабря 2017. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dou.ua/lenta/articles/2017-summary/> – Назва з екрану (мовою оригіналу).
2. GSA Names Ukraine as UK's Offshoring Destination of the Year / Outsourcing destination of the year. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://emerging-europe.com/in-brief/gsa-names-ukraine-uks-offshoring-destination-year/> – Name the screen (original).
3. Игорь Беда. Украинское IT в цифрах и фактах: мы на распутье, но знаем, куда двигаться дальше. / Электронное издание «DOU.UA», выпуск от 13 октября 2016. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dou.ua/lenta/columns/it-in-figures-2016/> – Назва з екрану (мовою оригіналу).
4. Сергей Кулеш. Инфографика. Украинська ІТ-індустрія: загальні дані та професійний профіль спеціалістів / Электронное издание "ITC.ua", выпуск от 15.01.2018. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://itc.ua/news/assotsiatsiya-it-ukraine-v-2017-godu-eksport-it-uslug-sostavil-3-6-mlrd-vklad-v-vvp-stranyi-3-34-kolichestvo-uplachennyih-nalogov-16-7-mlrd-grn-infografika/> – Назва з екрану (мовою оригіналу).
5. Сергей Савенко. Несмотря на все бури: почему IT-сектор претендует на роль флагмана украинской экономики. / Электронное издание "Finance.UA", выпуск от 24.03.2017. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://news.finance.ua/ru/news/-/397906/nesmotrya-na-vse-buri->

- rochemu-it-sektor-pretenduet-na-rol-flagmana-ukrainskoj-ekonomiki/ – Назва з екрану (мовою оригіналу).
6. Сергей Кулеш. Украинский рынок труда в 2017 году по версии «DOU.UA» / Электронное издание «DOU.UA», выпуск от 11.12.2017. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://itc.ua/news/ryinok-truda-v-2017-godu-po-versii-dou-ua-kolichestvo-zanyatyih-it-spetsialistov-vyiroslo-na-27-kolichestvo-otkryityih-vakansiy-pochti-na-50/> – Назва з екрану (мовою оригіналу).
 7. Александр Кубраков. IT-потенціал України та інвестиції: скільки потрібно і скільки можна / Електронний журналістський бізнес-портал. "MIND.ua", випуск від 23.01.2018 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mind.ua/ru/openmind/20180838-it-potencial-ukrainy-i-investicii-skolko-nuzhno-i-skolko-mozhno> – Назва з екрану (мовою оригіналу).
 8. Сергій Савенко. IT України: допомагати не можна заважати. / Електронне видання журналу "Finance.UA", випуск від 31.01.2018 р. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/419649/it-ukrainy-dopomagaty-ne-mozhna-zavazhaty>. – Назва з екрану (мовою оригіналу).
 9. Ставицька А.В. Потенціал ринку інформаційних технологій України: реалії та перспективи. / Науковий журнал "Світове господарство і міжнародні економічні відносини", випуск 12-1. 2016, С.39-43 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2016/12-1_2016/11.pdf – Назва з екрану (мовою оригіналу).

References:

1. Ukrainskiy IT - rynek: itogi 2017 i perspektivy 2018 / Elektronnoye izdaniye "DOU", vypusk ot 27 dekabrya 2017. – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://dou.ua/lenta/articles/2017-summary/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
2. GSA Names Ukraine as UK's Offshoring Destination of the Year / Outsourcing destination of the year. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://emerging-europe.com/in-brief/gsa-names-ukraine-uks-offshoring-destination-year/> – Name the screen (original).
3. Igor' Beda. Ukrainskoye IT v tsifrah i faktakh: my na rasput'ye, no znayem, kuda dvigat'sya dal'she. / Elektronnoye izdaniye «DOU.UA», vypusk 13 oktyabrya 2016. – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://dou.ua/lenta/columns/it-in-figures-2016/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
4. Sergey Kulesh. The infographics. Ukrainska IT-industriya: zagalni dani ta profiyinyy profil spetsialistiv / Electronic publication "ITC.ua", issue of 15.01.2018. – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://itc.ua/news/assotsiatsiya-it-ukraine-v-2017-godu-eksport-it-uslug-sostavil-3-6-mlrd-vklad-v-vvp-stranyi-3-34-kolichestvo-uplachennyih-nalogov-16-7-mlrd-grn-infografika/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).

5. Sergey Savenko. Nesmotrya na vse buri: pochemu ÍT-sektor pretenduyet na rol' flagmana ukraïnskoj ekonomiki. / Elektronnoye izdaniye "Finance.UA", vypusk 24.03.2017. – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://news.finance.ua/ru/news/-/397906/nesmotrya-na-vse-buri-pochemu-it-sektor-pretenduet-na-rol-flagmana-ukraïnskoj-ekonomiki/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
6. Sergey Kulesh. Ukraïnskiy rynok truda v 2017 godu po versii «DOU.UA» / Elektronnoye izdaniye «DOU.UA», vypusk 11.12.2017. – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://itc.ua/news/ryinok-truda-v-2017-godu-po-versii-dou-ua-kolichestvo-zanyatyih-it-spetsialistov-vyiroslo-na-27-kolichestvo-otkryityih-vakansiy-pochti-na-50/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
7. Alexander Kubrakov. IT-potentsial Ukrayiny ta investytsiyi: skil'ky potribno i skil'ky mozna / Electronnyj zhurnalist'nyi biznes-portal "MIND.ua", vypusk 23.01.2018 – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://mind.ua/en/openmind/20180838-it-potencial-ukrainy-i-investicii-skolko-nuzhno-i-skolko-mozhno/> – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
8. Sergiy Savenko. IT Ukrayiny: dopomahaty ne mozna zavazhaty/ Elektronnoye izdaniye "Finance.UA", vypusk 31.01.2018 – [Yelektronniy resurc] – Rezhim dostupu: <https://news.finance.ua/ua/news/-/419649/it-ukrayiny-dopomagaty-ne-mozhna-zavazhaty>. – Nazva z yekranu (movoyu origínalu).
9. Stavyts'ka A.V. Potentsial rynku informatsiynykh tekhnolohiy Ukrayiny: realiyi ta perspektyvy. / Naukovyy zhurnal "Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny", vypusk 12-1. 2016, S.39-43 – [Elektronnyy resurc] – Rezhym dostupu: http://bses.in.ua/journals/2016/12-1_2016/11.pdf – Nazva z ekranu (movoyu oryhinalu).

Lyubanova A.

Phd

Bulgaria

Любенова А.

Phd

Болгария

LIQUIDITY IN THE CONTEXT OF THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF FARMS

ЛИКВИДНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ

***Abstract.** The aim of the article is to ensure liquidity and return to ensure the short-term sustainability of farms. Maintaining liquidity and accelerating the circulation of working capital provide financial sustainability in the short and medium term, and a bridge to long-term financial sustainability. The main valuation indicators characterizing the sustainability of the financial situation of farms are closed in the magical triangle - profitability, liquidity and coefficients reflecting compliance within certain limits.*

***Key words:** farm, liquidity, turnover of working capital, short-term financial sustainability.*

***Аннотация.** Цель статьи - обеспечить ликвидность и возврат, чтобы обеспечить краткосрочную устойчивость фермерских хозяйств. Поддержание ликвидности и ускорение оборота оборотных средств обеспечивают финансовую устойчивость в краткосрочной и среднесрочной перспективе, а также мост к долгосрочной финансовой устойчивости. Основные оценочные показатели, характеризующие устойчивость финансового положения ферм, закрыты в магическом треугольнике - рентабельность, ликвидность и коэффициенты, отражающие соответствие в определенных пределах.*

***Ключевые слова:** ферма, ликвидность, оборот оборотного капитала, краткосрочная финансовая устойчивость.*

Постановка проблемы. Приоритетное значение для поддержания финансовой устойчивости фермерских хозяйств заключается в обеспечении ликвидности, его способность выполнять свои краткосрочные обязательства в течение определенного периода времени. В финансовой экономике уделяется правильное место аспекты ликвидности, но не очень хорошо изучены поддержания ликвидности и ускорения оборачиваемости активов на фермах, чтобы обеспечить кратковременную стабильность. Основная часть фермы после вступления Болгарии в ЕС не в состоянии выполнить платежи поставщиков и часто обанкротились из-за их относительно низких чистых продаж, а это означает, проблемы с удовлетворительным уровнем ликвидности.

Проблема ликвидности ферм связана с их неэффективным управлением финансами. Финансовую устойчивость следует также учитывать для финансового управления сельскохозяйственными холдингами. Это рассматривается как финансовая категория, которая обеспечивает баланс между

внутренними характеристиками хозяйств - ликвидностью и динамически изменяющимися внешними факторами окружающей среды, в которой они действуют, - источниками финансирования. Фермеры нуждаются в полной, достоверной и объективной финансовой информации о бизнесе, чтобы минимизировать риски, связанные с принятием финансовых решений.

Целью статьи является достижение ликвидности и ускоренная отдача для обеспечения краткосрочной устойчивости фермерских хозяйств.

С этой целью будут решены следующие **задачи**:

- ликвидность как индикатор, характеризующий финансовую устойчивость экономики в краткосрочной перспективе;
- показатели поддержания ликвидности и доходности в контексте финансовой устойчивости сельскохозяйственных хозяйств.

Результаты исследования. Тезис заключается в том, что поддержание ликвидности и ускорение оборота оборотных средств обеспечивают финансовую устойчивость в краткосрочной и среднесрочной перспективе и мост к долгосрочной финансовой устойчивости. Это позволит провести более полный анализ ликвидности, оборота и финансовой устойчивости в краткосрочной и среднесрочной перспективе, которые являются компонентами системы финансового равновесия фермы.

Ликвидность как показатель, характеризующий финансовую устойчивость холдинга в краткосрочной перспективе

При определении термина «ликвидность» (на английском: *liquidity*, на немецки: *Liquidität*, на французски: *liquidité*, от латинский *liquidus*: „течен“) способность сельскохозяйственного холдинга обслуживать свои текущие денежные обязательства перед кредиторами в установленные сроки и своевременно, по разумно низкой цене и без значительных потерь (с минимальным риском), чтобы превратить свои имеющиеся активы в деньги для выполнения своих обязательств, т.е. ликвидность определяет надежность холдинга. Поэтому необходимо достичь баланса и соответствия между сроками погашения активов и средствами, привлеченными холдингом. Ликвидность не покрывается платежеспособностью, которая включает в себя не только возможность конвертации активов в быстро реализуемые обязательства, но также способность холдинга своевременно и полностью реагировать на свои обязательства.

Финансово устойчивыми являются те хозяйства, которые за собственный счет покрывают средства, вложенные в активы, которые не допускают неоправданного долга должника и кредитора и выплачиваются в установленные сроки. В отличие от ликвидности, которая отражает наличие текущих (краткосрочных) активов, финансируемых за счет текущих (краткосрочных) обязательств холдинга, финансовая устойчивость определяется на основе соотношения различных источников финансирования и их соответствия балансовым активам в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Платежеспособность и финансовая устойчивость - это две взаимосвязанные категории. Несостоятельная ферма не может быть финансово устойчивой, но финансово устойчивая ферма должна быть платежеспособной.

Финансовая устойчивость фермы связана с платежеспособностью, но ее сущность определяется эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, а ее платежеспособность - ее внешнее проявление [6].

Поэтому финансовая устойчивость фермы является показателем, характеризующим ее способность сохранять свое существование в будущем, поддерживая параметры финансовых показателей в определенных пределах. Финансовая устойчивость - это состояние фермы, которое обеспечивает поддержание ликвидности в определенных пределах и улучшение оборота оборотного капитала. Он характеризует состояние фермы, где оптимальная структура капитала и его влиятельные факторы позволяют ему достичь максимальной финансовой эффективности своей деятельности при условии, что все обязательства выполняются в течение минимального времени, обеспечивает рентабельность в будущем (рис.1).

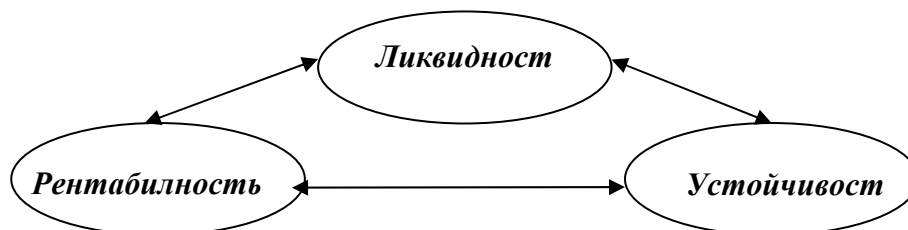


Рис.1. Волшебный финансовый треугольник [7, с.192]

В результате вышесказанного подтверждается, что существует связь между концепциями ликвидности, рентабельности и финансовой устойчивости фермы. Поэтому для обеспечения устойчивости финансового положения фермы необходимо в краткосрочной перспективе поддерживать ликвидность в определенных пределах и ускорять оборот оборотного капитала, что влияет на рентабельность и определяет рентабельность. В результате он образует мост между краткосрочными и долгосрочными перспективами.

Каждая ферма стремится повысить эффективность оборотного капитала. Поэтому при управлении оборотным капиталом сельскохозяйственных холдингов следует учитывать характеристики краткосрочных активов, а именно их быструю маневренность, оборотность дебиторской задолженности, с другой, и медленную ликвидность акций третьей стороной. Холдинги должны контролировать свою краткосрочную дебиторскую задолженность в двух направлениях - по времени и по размеру. В течение среднего периода восстановления дебиторская задолженность должна быть меньше среднего периода окупаемости. Сумма дебиторской задолженности не должна превышать 40% собственных краткосрочных финансовых активов. Сезонные изменения в секторе также влияют на ликвидность. Например, в зимние месяцы прибыль от урожая и субсидий за предыдущий год часто бывает достаточной для поддержания текущей ликвидности.

С апреля по май потребность в ликвидности растет из-за польских затрат на рабочую силу, а резервы ликвидности снижаются. Самая большая потребность в наличных деньгах - в октябре-декабре. Арендные платежи за землю, осенний посев, хранение зерна требуют много средств, а субсидии, компенсирующие дефицит ликвидности, выплачиваются в декабре. Все это ставит необходимость планировать, анализировать и контролировать ликвидность фермерских хозяйств в качестве основы для будущих краткосрочных действий для обеспечения хорошего оборота оборотных активов. Поэтому ликвидность особенно важна для фермерских хозяйств, чтобы компенсировать ожидаемые и неожиданные колебания в балансе и обеспечить средства для роста.

В последние годы эффективное управление оборотным капиталом серьезно подорвано кризисом несостоятельности, изменениями цен на сельскохозяйственную продукцию и т. д., которые оказывают негативное влияние на финансовое положение большого числа фермеров. В результате практически многие из них отказываются совершенствовать, внедрять новые технологии и стимулировать развитие сельскохозяйственного производства. В результате резко сокращается объем производства сельскохозяйственной продукции, что также отрицательно сказывается на обороте оборотного капитала, что, в свою очередь, связано с прибылью сельскохозяйственных авуаров. Все большее число ферм заинтересовано в эффективном управлении оборотным капиталом, помогая поддерживать оптимальный уровень ликвидности, гарантируя сельскохозяйственную продукцию финансовыми ресурсами и достаточно высокую платежеспособность [4, с. 165-168].

Планирование ликвидности также должно учитывать сроки погашения сельскохозяйственных кредитов, долгов, лизинговых платежей и периода взимания дебиторской задолженности. Сельскохозяйственные холдинги также должны обратить внимание на управление текущими расходами на запасы (семена, удобрения, препараты и т.д.). Амплитуда колебаний невелика, но результаты оказывают большое влияние на деятельность фермы. Проблема управления ликвидностью стоит особым образом в результате особенностей сельскохозяйственного сектора, который устанавливает более высокий оборотный капитал в связи со следующими причинами: сезонный характер производства и реализации сельскохозяйственной продукции; переплетение биологических и экономических процессов; несоответствие рабочего периода периоду производства; специализации и интенсификации сельскохозяйственного производства. Это определяет более длительную продолжительность и диапазон изменения оборотного капитала и его компонентов в течение года, что повышает потребность в дополнительном финансировании в отдельные месяцы и уменьшает эту потребность по сравнению с другими.

Уровень безопасности с оборотным капиталом и их рациональное использование напрямую влияют на эффективность сельскохозяйственного производства и его финансовое состояние. Проблема эффективного управления значительными запасами и дебиторской задолженностью оказывает

значительное влияние на ликвидность и оборот действующих активов сельскохозяйственных холдингов. Достижение ликвидности и улучшение оборота, как сложная задача для ферм, требует строгого контроля за минимизацией запасов и дебиторской задолженности по размеру и времени. Дебиторская задолженность не должна превышать 40% краткосрочных обязательств, а среднее время сбора дебиторской задолженности всегда должно быть меньше среднего срока погашения [3].

Основным параметром, который должен контролировать фермы, является коэффициент общей ликвидности (Кол), который должен стремиться поддерживать свои нижние пределы - например, в диапазоне около 1,2 или 1,4.

Исследование показывает, что краткосрочная финансовая устойчивость ферм является следствием доступности ликвидности и прибыли.

Показатели поддержания ликвидности и оборота в контексте финансовой устойчивости сельскохозяйственных хозяйств

Существующие нормативы ликвидности теория и практика (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности Immediate коэффициента ликвидности и коэффициент абсолютной ликвидности) и их значения поправки, принятой в качестве «стандартной» обеспечивают поддержание ликвидности холдингов в короткий период. Ликвидность также известна как краткосрочная платежеспособность холдинга. Это один из наиболее тщательно контролируемых показателей анализа финансового состояния. Как правило, ликвидность анализируется путем сравнения отдельных элементов текущих активов к текущим обязательствам (текущие пассивы) фермы. Анализ ликвидности содержит четыре показателя, которые анализируются на четырех аналитических уровнях (таблица 1).

Таблица 1

Индикаторы ликвидности

Индикатор	Формула	Границы поправки	
<i>Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал)</i>	$Kал = \frac{ПС}{КП}$ <p>где: ПС - наличные деньги; КП - краткосрочные обязательства.</p>	(0,1 ÷ 0,2)	(1)
<i>Коэффициент дебетовой ликвидности (Кнл)</i>	$Кнл = \frac{ПС + КИ}{КП}$ <p>где: КИ - краткосрочные инвестиции.</p>	(0,2 ÷ 0,3)	(2)
<i>Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл)</i>	$Кбл = \frac{ПС + КИ + В}{КП}$ <p>где: В - краткосрочная дебиторская задолженность.</p>	(0,5 ÷ 0,6)	(3)
<i>Коэффициент общий ликвидности (Кол)</i>	$Кол = \frac{ПС + КИ + В + МЗ}{КП}$ <p>где: МЗ являются запасами.</p>	(1 ÷ 2)	(4)

Общий коэффициент ликвидности указывает на способность холдинга выкупить свои имеющиеся активы наличными в течение одного года. Что касается этого коэффициента, были разработаны эталонные значения, которые имеют отраслевые особенности. Кол $>$ 2 считается избыточным на ферме. Желание чрезмерно высокого уровня общей ликвидности может быть результатом нерационального использования сельскохозяйственных денег, отсрочки платежа клиентам, а также в результате отложенного изменения запасов. Этот коэффициент все еще встречается в финансовой литературе по анализу в разделе «Коэффициент компенсации холдинга». Этот показатель также имеет один существенный недостаток: значительная часть (зачастую более 50%) оборотного капитала занимается запасами, которые не всегда можно отнести к быстрой ликвидности.

Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл), полученный путем устранения более медленных запасов жидкости, указывает на способность фермы пополнять свои активы наличными в течение нескольких месяцев. Этот коэффициент дает больше информации о реальных деньгах, доступных ферме, и которые могут быть выплачены кредиторам более быстро.

Коэффициент немедленной ликвидности фермы (Кнл) означает, полученный за счет устранения медленнее жидких производственных запасов и краткосрочной дебиторской задолженности, показал свою способность оплачивать свои существующие активы в денежные средства в течение нескольких недель.

Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал), полученный путем устранения более медленных запасов ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности и краткосрочных фондов, показывает способность холдинга выкупить свои имеющиеся активы наличными в течение нескольких дней.

Когда некоторые из коэффициентов ликвидности опускаются ниже минимума (основанного на опыте), это сигнал о том, что ферма вскоре может стать неплатежеспособной со всеми негативными последствиями. Поэтому меры, принимаемые против отрицательных результатов, следующие: немедленный сбор дебиторской задолженности; увеличение продаж; продажа кредита; отсрочка определенных платежей; снижение себестоимости продукции и т. д. И наоборот, если фермы прошли верхние пределы (также установленные на основе прошлого опыта) этих коэффициентов, это означает, что ферма находится в состоянии сверхтекучести, что может быть результатом: нерационального использования денег, увеличения спроса на рабочую силу с краткосрочными активами; сокращение бизнеса в результате потери рынков; наличие устаревшей продукции; задержки в обороте запаса или дополнительных периодах восстановления.

Соответствие этим критериям в этих пределах требует строго определенной структуры КА [3]:

- МЗ (может занимать от 75 до 40% КА), а В (может занимать от 40 до 10% КА) имеют наибольшую долю в структуре КА;
- При увеличении значений Кол от 1 до 2 доля МЗ в структуре КА увеличивается (с числом = 2, они уже занимают от 70% до 75% КА);

- Соответствие коэффициентам ликвидности также может быть удовлетворено с нулевыми КИ;
- Соответствие индикаторам ликвидности не требует соблюдения конкретной структуры КП, а только количественных ограничений, наложенных Каол = = 1÷2.

Когда Кол ≈ 1 - МЗ имеет самый низкий удельный вес в структуре КА, что снижает жесткие ликвидные активы и улучшает оборот, и В имеет наибольший удельный вес, что в целом способствует росту чистой выручки от продаж (НПП) и оборота. Таким образом, основные предпосылки для эффективного управления оборотным капиталом минимизированы в управлении в систему и стремится поддерживать Кол ≈ 1 .

Во времена кризиса все больше и больше ферм заинтересованы в эффективном управлении оборотным капиталом, способствуя поддержанию оптимального уровня ликвидности, безопасности сельскохозяйственной продукции с финансированием и финансовой устойчивости. Повышение ликвидности местных фермеров и поддержание их финансовая устойчивость в будущем, является одной из главных предпосылок для лучшего управления фермой аграрного сектора.

В целях понимания того, как рассчитывается эффективность использования краткосрочных активов, рассчитываются определенные показатели оборота. При сокращении чистого оборотного капитала (краткосрочные активы за вычетом краткосрочных обязательств) это уменьшает общую потребность в капитале на ферме, снижает краткосрочные обязательства и увеличивает ликвидность [1, с. 201]. Оборот является основным предметом наблюдения, обучения и регулирования, поскольку он влияет на прибыль. Используются три параметра для измерения оборота: количество оборотов - Ко; длительность одного оборота - До; Занятость средств - Зс.

Число оборотов (Ко) указывает на то, что чем выше число оборотов, тем быстрее средства будут повернуты и наоборот. Это сигнал повышения эффективности производства. Свидетельством того, что холдинг имеет более совершенный оборотный капитал, является низкая текучесть кадров IV и С по сравнению со средним показателем для сектора.

$$Co = \frac{НПП}{КА} \rightarrow \max \quad (5)$$

где: НПП является чистой суммой выручки от продажи, лв.;
 $\overline{КА}$ - среднате наличност на краткотрайните активи, в лв.
 $\overline{КА}$ - средняя доступность краткосрочных активов, в лв.

Продолжительность одного оборота в днях (До) указывает время полного оборота оборотного капитала, т.е. перемещая его из одной формы в другую и возвращая к ней. Например, П-С-П 'или С-П-С'.

$$Do = \frac{\overline{КА}}{НПП} \cdot 365 \rightarrow \min \quad (6)$$

Рабочая нагрузка (занятость) оборотного капитала (Зс) показывает, как краткосрочные активы используются для получения 1 левого дохода. Если

индикатор больше, предприятие осуществляет свою деятельность за счет большего количества средств. поэтому уменьшение этого показателя означает выпуск оборотного капитала.

$$Z_c = \frac{\overline{KA}}{НПП} \rightarrow \min \quad (7)$$

Выбывшие или совершенные активы в оборотных активах оцениваются с использованием E - эффекта оборотного капитала.

$$E = НПП_{m.g.} \cdot (Z_{c.m.g.} - Z_{c.np.g.}), \quad (8)$$

где: $НПП_{m.g.}$ - чистый доход от продаж в текущем году, в лв.;

$Z_{c.m.g.}$ - использование средств в текущем году, в днях;

$Z_{c.np.g.}$ - использование средств в предыдущем году, в днях.

Из анализа формул для Ко, До и Зс видно, что увеличение оборота может быть достигнуто за счет увеличения НПП, уменьшения среднего значения КА или путем объединения обоих.

Увеличение КП также увеличивает НПП, что показывает нам, что для Кол лучше использовать значения, близкие к одному, но больше одного, поскольку это улучшает оборот. Например, если мы увеличим кредиторскую задолженность перед персоналом (заработная плата), производительность труда и НПП увеличится, что мы также можем увеличить, увеличив В и т. д. Уменьшение КА может быть достигнуто главным образом путем оптимизации, т.е. снижение МЗ. Тогда количество В, ПС и КИ (все из которых могут увеличиваться абсолютными, но не относительными, поскольку они ограничены значениями Кол, КА) определяется условиями наблюдения структуры КА.

В результате анализа можно сделать вывод о том, что обеспечение ликвидности и доходность фермы гарантируют ее краткосрочную устойчивость.

Выводы. Нынешняя связь между ликвидностью, прибылей, рентабельностью и рентабельностью сельскохозяйственных угодий является предпосылкой для обеспечения их устойчивого развития в краткосрочной и долгосрочной перспективе и поэтому является приоритетом для их финансового управления. Основные оценочные показатели, характеризующие устойчивость финансового положения ферм, закрыты в магическом треугольнике - рентабельность, ликвидность и коэффициенты, отражающие соответствие в определенных пределах.

Библиографические ссылки:

1. Димитрова С., Корпоративные финансы, ред. ВУФЗ, С., 2010.
2. Касиринова В., Р. Димитрова, Анализ финансовой отчетности, Научное руководство, размещенное на ЦНТБ, № 373/2005, С., 2005.
3. Любенова А., Л. Любенов, Проблемы становления и моделирования оборотных средств, Журнал экономики и управления сельским хозяйством, т. 3/2003.

4. Любенова А., Анализ финансового состояния сельскохозяйственных предприятий, научные труды Софийского университета «А. Канчев », том 51, серия 5.1., 2012.
5. Любенова А., Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственных ферм, Р., 2015.
6. Ковалева, А. М., М. Г. Лапуста, Л. Г. Скамай, Финансы фирмы: учебник. М., 2003.
7. Фридаг, Х.Р., В. Шмидт, Сбалансированная система показателей – руководство по внедрению, Омега Л, М., 2006.

References:

1. Dimitrova S., Corporate Finance, ed. VUFZ, S., 2010.
2. Kasironova V., R. Dimitrova, Analysis of financial statements, Scientific guidance, posted on the Central Library for Standardization, No. 373/2005, S., 2005.
3. Lyubenova A., L. Lubenov, Problems of formation and modeling of current assets, Journal of Economics and Management of Agriculture, volume 3/2003.
4. Lyubenova A., Analysis of financial condition of agricultural enterprises, scientific works of Sofia University "A. Kanchev ", volume 51, series 5.1., 2012.
5. Lyubenova A., Stable financial condition of agricultural farms, R., 2015.
6. Kovaleva, AM, MG Lapusta, LG G. Scamai, Firm Finance: A Textbook. M., 2003.
7. Friedag, HR, W. Schmidt, The Balanced Scorecard - Implementation Guide, Omega L, Moscow, 2006.

УДК 352/354-1

JEL Classification: H7

Manuilova K.V.

Candidate of History Sciences, doctoral student
Odessa Regional Institute for Public Administration
National Academy for Public Administration

Мануїлова К.В.

кандидат історичних наук, докторант
Одеський регіональний інститут державного управління при Президенті
України Національної академії державного управління

Manuilova E.V.

кандидат исторических наук, докторант
Одесский региональный институт государственного управления при
Президенте Украины Национальной академии государственного управления

TRADITIONS AND NEWS DECENTRALIZATION OF PUBLIC AUTHORITIES OF EUROPE COUNTRIES: EXPERIENCE FOR UKRAINE

ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ КРАЇН ЄВРОПИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ СТРАН ЕВРОПЫ: ОПЫТ ДЛЯ УКРАИНЫ

***Abstract.** The article examines the tradition of decentralization of public authority in Switzerland. It is emphasized that the organization of the administrative-territorial and political structure of Switzerland is as much as possible adapted to the national and religious diversity of the country and to ensure the optimal balance between the protection of the rights and interests of various ethnic and confessional groups. The analysis of financial decentralization in the countries of Europe. It is determined that the European experience of the distribution of powers and finances among the authorities in the EU countries should be considered and used in the context of the implementation of the decentralization reform of Ukraine.*

***Key words:** financial decentralization, public authorities, EU countries.*

***Анотація.** У статті досліджені традиції децентралізації публічної влади в Швейцарії. Наголошено, що організація адміністративно-територіального і політичного устрою Швейцарії максимально пристосована до національного та релігійного різноманіття країни та для забезпечення оптимальної рівноваги в захисті прав та інтересів різних етнічних і конфесійних груп. Проаналізована фінансова децентралізація в країнах Європи. Визначено, що європейський досвід розподілу повноважень і фінансів, між органами влади в країнах ЄС доцільно врахувати та використати в умовах впровадження реформи з децентралізації влади України.*

***Ключові слова:** фінансова децентралізація, публічна влада, країни ЄС.*

***Аннотация.** В статье исследованы традиции децентрализации публичной власти в Швейцарии. Отмечено, что организация административно-территориального и*

политического устройства Швейцарии максимально приспособлена до национального и религиозного многообразия страны и для обеспечения оптимального равновесия в защите прав и интересов различных этнических и конфессиональных групп. Проанализирована финансовая децентрализация в странах Европы. Определено, что европейский опыт распределения полномочий и финансов между органами власти в странах ЕС целесообразно учесть и использовать в условиях внедрения реформы по децентрализации власти Украины.

Ключевые слова: финансовая децентрализация, публичная власть, страны ЕС.

Постановка проблеми. Дуже складна суспільно-політична та соціально-економічна ситуація у сучасній нинішній Україні; запровадження реформи з децентралізації влади в нашій державі, а також євроінтеграційний зовнішньополітичний курс української держави зумовлює необхідність подальшого осмислення традицій, досвіду та новацій децентралізації публічної влади в найбільш розвинутих країнах Європи. Адже, реформа децентралізації влади передбачає надання широких повноважень органам місцевого самоврядування та фінансової самостійності регіонам (землям, штатам, провінціям, громадам тощо) країни.

Тому подальше дослідження особливостей і досвіду децентралізації в європейських державах необхідно для України вдосконалення власної програми реформ з децентралізації влади. Отже, аналіз традицій і новацій децентралізації публічної влади країн Європи являється вельми актуальною темою для нашої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки науковці розглянули різні аспекти проблеми децентралізації влади. Ю. Павленко проаналізувала процеси децентралізації та федералізації в західній Європі. А. Рудницька, Ю. Глинник дослідили процеси регіоналізації в країнах ЄС. Г. Семко, О. Богатирьова розглянули особливості впровадження децентралізації в окремих країнах ЄС.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Науковці дослідили окремі аспекти процесів децентралізації в країнах ЄС. Втім, практично відсутні дослідження, в яких проаналізовано питання застосування в Україні європейських традицій децентралізації публічної влади.

Мета статті. Метою є визначення традицій децентралізації в країнах ЄС, які доцільно врахувати та використати в умовах впровадження реформи з децентралізації публічної влади.

Результати дослідження. У другій половині ХХ століття в Європі розпочалась хвиля масового впровадження реформи з децентралізації публічної влади. Поштовхом до створення децентралізованої публічної влади в більшості західноєвропейських країн стала перемога над фашистською Німеччиною, оскільки Друга світова війна наочно продемонструвала, наскільки небезпечними можуть бути для світу занадто централізовані держави.

Однак темпи та наслідки процесів створення децентралізованих публічних органів влади в європейських державах неоднакові. Кожна країна має власні національні особливості децентралізації публічної влади, які відбито у законодавстві країн ЄС.

У конституціях більшості країн-членів ЄС упродовж другої половини ХХ ст. закріплено децентралізацію влади, як основу конституційного ладу держави – є пріоритетним принципом функціонування публічної влади в означених країнах, стратегічним вектором політики держави, складовим чинником майже всіх галузевих реформ, одним із факторів політичної безпеки.

Після здійснення реформи з децентралізації влади, в кожній країні під впливом історичних, національних, політичних і культурних традицій виникають власні, притаманні лише певній державі форми децентралізації. Зокрема, у німецькій традиції (Німеччина, Австрія, Голландія, Іспанія після 1978 року, Бельгія після 1988 р.) формою децентралізації є кооперативний федералізм. У французькій традиції (Франція, Італія, Іспанія до 1978 р., Португалія, Греція, Бельгія до 1988 р.) – регіоналізація унітарної держави. У скандинавській традиції (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія) – сильна місцева автономія; в англосаксонській традиції (Великобританія) – місцеве управління [7, с. 167].

Втім, до якої б традиції не було віднесено певну країну, спільним для всіх означених держав є те, що децентралізація позитивно вплинула на соціально-економічний розвиток країни. Український дослідник М. Іжа, проаналізувавши децентралізаційні процеси у країнах Європи, підкреслив, що одним з аргументів на користь здійснення децентралізаційних реформ є підвищення ефективності діяльності як центральних, так і місцевих органів влади, а також створення сприятливих умов для економічного розвитку [3, с. 152].

Для децентралізованих країн Європи як свідчать данні Рейтингу якості та ефективності державного управління (Governance Matters) 2016 р. притаманна: висока якість державного управління та законодавства; підзвітність державних органів влади та врахування думки населення; політична стабільність; відсутність насильства; високий рівень ефективності роботи уряду; стримування корупції [4].

Специфічною особливістю європейських держав є те, що країни які мають давні традиції децентралізації публічної влади являються по-перше, найбільш економічно розвинутими в світі; по-друге, завдяки давнім традиціям функціонування децентралізованої влади означені країни змогли створити та активно використовувати дієві засоби запобігання та подолання етнічних та релігійних конфліктів.

Яскравим прикладом успішного вирішення міжетнічних і релігійних конфліктів є децентралізована Швейцарія. Так, на думку О. Бориславської й інших науковців, саме у Швейцарії нецентралізоване урядування відіграло одну з найважливіших ролей в об'єднанні країни та у створенні простору для утвердження культурного розмаїття без порушення єдності [1, с. 108].

За складом Швейцарія є поліетнічною та багатоконфесійною країною. У Швейцарії переважають: німці – 65%, французи – 18%, італійці – 10%, ретороманці – 1%, інші народи – 6%. У Швейцарії до офіційної мови віднесено німецьку; її використовують 63,5% населення; французьку – 22,5% та італійську – 8,1%. Крім того, 0,5% розмовляють ретороманською мовою, а також іншими мовами – 6,6%. У Швейцарії розмовляють також англійською –

4,4 %, португальською – 3,4 %, албанською – 3,1 %, сербохорватською – 2,5 %, іспанською – 2,2 %, іншими мовами – 6,6 %. Деякі респонденти назвали більше однієї мови (за даними 2013 р.) [8]. За віросповіданням населення Швейцарії поділене на: римо-католиків 38,2 %, протестантів 26,9 %, інших християнських конфесій – 5,6 %, мусульман – 5 %, інших 1,6 %. 21,4 % респондентів не вказали релігійну приналежність, а 1,3 % не визначились (за даними 2013 р.) [8].

Незважаючи на національне та релігійне розмаїття, у державі немає релігійних конфліктів і національної ворожнечі. Адже адміністративно-територіальний і політичний устрій Швейцарії максимально пристосований до культурного різноманіття країни та для забезпечення оптимальної рівноваги в захисті прав та інтересів різних етнічних і конфесійних груп.

Швейцарія поділена на 26 кантонів. Демаркаційні лінії, що розмежовують лінгвістичні, релігійні та кантональні групи, не збігаються, а перетинаються. Зокрема, у Швейцарії існують кантони, де мешкають католики і протестанти, причому дехто з них розмовляє французькою, а дехто – німецькою. Є три двомовні кантони (Фрібур, Вале, Берн) та один тримовний кантон – Грізон (Граубюнден) [6, с. 8].

До 26 швейцарських кантонів входить 2324 громади / комуни [9]. Специфікою швейцарських комун є те, що більшість комун старші за кантони або з'явилися навіть раніше за саму Швейцарську конфедерацію. По-друге, комуни дуже різняться за розмірами. Майже половина комун налічує менше ніж 1000 мешканців. Найбільша комуна налічує понад 300 000 осіб. Загалом, комуни більше характеризуються мовною, релігійною та культурною однорідністю, аніж кантони. Втім, існує певна кількість двомовних і мультирелігійних комун [6, с. 8].

Швейцарська політична система має три рівні. Влада розподілена між Конфедерацією, 26 кантонами та 2324 громадами. Швейцарці називають свою політичну систему «швейцарським збалансованим часовим механізмом», в основі якого лежить формула: $2324 + 26 + 1 = 1$, де 2324 – комуни; 26 – кантони; 1 – конфедерація; а в цілому влада єдина, враховує й діє в інтересах усього суспільства. Кантони та громади наділені широкими повноваженнями та значною автономією. До їх компетенції належать: школи, лікарні, податкова інспекція і поліція. Держава бере на себе лише ті завдання, з якими не здатні впоратись кантони та громади. У кожному кантоні є власна конституція, свій уряд, парламент і власні суди. Що ж до громад, то в основному міські громади мають власний парламент [9].

Отже, адміністративно-територіальний і політичний устрій Швейцарії сприяє успішній роботі органів публічної влади та створює передумови для найповнішого й найоперативнішого виявлення та задоволення потреб громадян.

Загальновідомо, що децентралізація влади пов'язана з переданням на нижчий рівень влади повноважень і фінансових ресурсів. Європейський досвід розподілу повноважень між різними органами публічної влади свідчить про те, що в країнах Західної Європи існують розбіжності щодо розподілу

повноважень між центральною та місцевою владою. Означені розбіжності сформувались під впливом економічних, політичних соціальних, правових традицій і реалій кожної країни. Зокрема, в Іспанії Конституція делегує регіонам широкі законодавчі повноваження, які навіть більші, ніж у Німеччині та в Італії. Завдяки цьому автономні громади (*comunidades autonomas*) мають можливість узяти на себе відповідні повноваження, оскільки джерелом регіональної законодавчої компетенції є закон (Конституція) регіону, який схвалений національним парламентом, але жодним чином не зафіксований у конституційних положеннях [2, с. 6].

В Італії регіонам надано законодавчі повноваження в межах національного законодавства [2, с. 5].

В італійському й іспанському законодавстві до компетенції центральної влади віднесено: соціальне забезпечення, пенсійне забезпечення та допомогу у зв'язку з безробіттям. До органів місцевого самоврядування віднесено вирішення питань працевлаштування або надання соціальної допомоги іммігрантам. Крім того, законодавство про надання соціальної допомоги, як правило, врегульовується як на національному, так і на регіональному рівнях [2, с. 5].

Що стосується повноважень центральних органів влади, то уряди країн ЄС концентрують свою увагу на реалізації загальнонаціональних завдань. Як правило, влада в розвинених країнах залишила за собою такі функції, як національна оборона, макроекономічна політика, грошово-кредитна сфера, судова система, управління транспортними комунікаціями державного значення [5]. До того ж, до компетенції центральної влади належать функції нагляду та контролю за діяльністю за органами публічної влади нижчого рівня.

Висновки. Дослідження окремих традицій та новацій децентралізації публічної влади в найбільш розвинутих і самих децентралізованих країнах Європи: засвідчив, що кожна європейська країна має власні національні особливості децентралізації публічної влади, як сформувались на основі національних традицій.

Вважаємо, що Україні при створенні доцільно врахувати та використати наступний європейський досвід:

- 1) Швейцарії в організації адміністративно-територіального і політичного устрою, якій максимально пристосований до національного та релігійного різноманіття країни та для забезпечення оптимальної рівноваги в захисті прав та інтересів різних етнічних і конфесійних груп.
- 2) запровадження децентралізації влади та фінансової децентралізації розподіл повноважень і фінансів, між органами влади в країнах Європи.

Отже, досягнення миру та злагоди в Україні можливе за умови здійснення комплексних перетворень на засадах децентралізації. Останнє, позитивно вплине на розвиток української економічної сфери, на зниження соціальної напруги в нинішній Україні, зменшать сепаратистський рух на сході України.

Бібліографічні посилання:

1. Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е., та ін. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України / [Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е., та ін.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – К. : ТОВ «Софія». – 2012. – 128 с.
2. Звіт про розподіл повноважень стосовно соціальних послуг між центральними органами влади та органами місцевого самоврядування у країнах Європи. / Council of Europe. – Secretariat general Directorate General II. – Democracy. Democratic Governance Directorate. (м. Страсбург, 24 серпня 2016 року). CELGR / LEX (2016) 5. – 34 с.
3. Іжа М. М. Показник децентралізаційних процесів у країнах Європи / М. М. Іжа // Вісник СевНТУ : збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 112. – С. 152–155.
4. Качество государственного управления. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018 (последняя редакция: 16.03.2018). – Режим доступа до ресурсу : <http://gtmarket.ru/ratings/governance-matters/governance-matters-info>
5. Молдован А. Зачем Украине нужна децентрализация / [Електронний ресурс] / Forbes.ua. 26 Июня 2014. – Режим доступа: <http://forbes.ua/nation/1373806-zachem-ukraine-nuzhna-decentralizaciya>
6. Топпервін Н. Дієве місцеве самоврядування як запорука успішної децентралізації публічної влади: швейцарський досвід / Н. Топпервін // Аналітичний вісник. DESPRO – Швейцарсько-український проект “Підтримка децентралізації в Україні”, – №2. – 2012. – 21 с.
7. Чехарина В. И. Реформы местного самоуправления в Польше (из Европейского опыта) / В. И. Чехарина // Труды Института государства и права РАН. 2014. – №5. – С. 165 – 179.
8. Switzerland PEOPLE 2017 CIA World Factbook January 12, 2017. – Режим доступу: http://www.theodora.com/wfbcurrent/switzerland/switzerland_people.html
9. Swiss Political System – Facts and Figures 04.04.2017 – Режим доступу: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home.html>

References:

1. Boryslavskaya O., Zaverukha I., Zakharchenko E., et al. Decentralization of Public Power: the Experience of European Countries and Perspectives of Ukraine / [Boryslavska O., Zaverukha I., Zakharchenko E., etc.]; The Swiss-Ukrainian project "Support for Decentralization in Ukraine - DESPRO. – К.: LLC "Sofia". – 2012. – 128 p.
2. Report on the division of powers regarding social services between central and local governments in Europe. / Council of Europe. - General Secretariat General II. - Democracy Democratic Governance Directorate. (Strasbourg, August 24, 2016). CELGR / LEX (2016) 5. – 34 p.

3. Izha M. M. The Indicator of Decentralization Processes in European Countries / M. M. Izha // Visnyk of SevNTU: Collection of Scientific Papers. – 2010 – VoI. 112 – P. 152-155.
4. Quality of public administration. Humanitarian Encyclopedia [Electronic resource] // Centre for Humanitarian Technologies, 2006–2018 (last revision: 16.03.2018). – Resource access mode: <http://gtmarket.ru/ratings/governance-matters/governance-matters-info>
5. Moldovan A. Why Ukraine needs decentralization / [Electronic resource] / Forbes. ua. 26 June 2014. – Access mode: <http://forbes.ua/nation/1373806-zachem-ukraine-nuzhna-decentralizaciya>
6. N. Toppervin Effective local government as the key to successful decentralization of public power, the Swiss Experience / AN Toppervin // Analytical Bulletin. DESPRO – Swiss-Ukrainian project “Support to decentralization in Ukraine” – №2. – 2012. – 21 p.
7. Cheharyna V. I. Reforms of local government in Poland (From Evropeyskoho Experience) / V. I. Cheharyna // Proceedings of the Institute of State and Law Sciences. 2014. – № 5. – P. 165–179.
8. Switzerland PEOPLE 2017 CIA World Factbook January 12, 2017. – Resource access mode: http://www.theodora.com/wfbcurrent/switzerland/switzerland_people.html
9. Swiss Political System – Facts and Figures 04.04.2017. – Resource access mode: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home.html>

УДК 338.432:631.95

JEL Classification: M2

Orlenko O.V.,

Doctor of Economics in Science, associate professor,
professor of the department of hotel and restaurant business

Nosova I.A.,

Candidate of pedagogical sciences,
associate professor of the department of hotel and restaurant business,
Kherson State University

Орленко О. В.,

д-р екон. наук, доцент, завідувач, професор кафедри готельно-ресторанної
справи,

Носова І. О.,

канд.пед.наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Херсонський державний університет

Орленко О.В.,

д.э.н., доцент, заведующий, профессор кафедры отельно-ресторанного дела,

Носова И.А.,

к.п.н., доцент, доцент кафедры отельно-ресторанного дела,
Херсонский государственный университет

MANAGEMENT OF QUALITY AND SAFETY OF FOOD PRODUCTS - THE BASIS OF COMPETITIVENESS OF PUBLIC FOOD ENTERPRISES

МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ - ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

***Abstract.** The necessity of system management of quality and safety of foodstuffs has been substantiated, the analysis of existing conditions for the development and using such systems by the national enterprises has been given, the main problems that block their implementation and the ways these problems can be solved have been considered in this article.*

***Key words:** food safety, quality and safety management systems, HACCP, food chain, international food standards.*

***Анотація.** У статті обґрунтовано необхідність системного менеджменту якості та безпеки харчових продуктів, наведено аналіз існуючих умов для розробки і використання таких систем на вітчизняних підприємствах. Проаналізовані основні проблеми, що заважають їх упровадженню, та шляхи розв'язання цих проблем.*

***Ключові слова:** безпека харчових продуктів, системи менеджменту якості і безпеки, HACCP, харчовий ланцюг, міжнародні харчові стандарти.*

Аннотация. В статье обоснована необходимость системного менеджмента качества и безопасности пищевых продуктов, приведен анализ существующих условий для разработки и использования таких систем на отечественных предприятиях. Проанализированы основные проблемы, мешающие их внедрению, и пути решения этих проблем.

Ключевые слова: безопасность пищевых продуктов, системы менеджмента качества и безопасности, HACCP, пищевая цепь, международные пищевые стандарты.

Постановка проблеми. Євроінтеграційний курс вимагає від України освоєння міжнародних норм та правил ведення господарської діяльності. Сертифікація продукції за ISO вже стала звичною для багатьох підприємств, тому з якістю у багатьох ситуація хороша. Але на ринках Європи та США, окрім поняття «якості», існує поняття «безпечності». Саме воно є ключовим у системі, призначеній для управління ризиками у галузі виробництва харчової продукції, тобто ХАССП. Суть системи: виявити усі критичні точки й чинники, які можуть вплинути на безпечність кінцевого продукту, усунути їх і постійно контролювати [1].

Підприємства громадського харчування є частиною харчової галузі, що також передбачає впровадження програми ХАССП. До громадського харчування відносяться ресторани, кафе, піцерії, закусочні, буфети і т. п. В таких закладах питання безпеки продуктів харчування досить актуальне, оскільки в одному і тому ж ресторані проходить весь ланцюжок технологічного процесу – від доставки напівфабрикатів і сировини до приготування та споживання відвідувачами приготованих страв. Закономірними причинами введення ХАССП як системи харчової безпеки в таких організаціях є:

- особливості зберігання та поводження з продуктами харчування;
- епідеміологічна статистика, яка вказує на те, що значна частина масових отруєнь відбувається внаслідок вживання страв, приготованих у закладах громадського харчування;
- випадки отруєння, як правило, мають масовий характер [2].

З 20 вересня 2017 року в Україні набули чинності норми, що передбачають запровадження системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (ХАССП) для потужностей, які провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких є не перероблені інгредієнти тваринного походження (крім малих потужностей), відповідно до частини другої підпункту 1 пункту 1 прикінцевих та перехідних положень Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо харчових продуктів" від 22.07.2016 № 1602-VII.

З метою поступового переходу виробниками на використання процедур ХАССП, Законом України визначено перехідний період щодо їхнього впровадження, а саме:

- до 20 вересня 2017 року — для потужностей, які провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких є необроблені інгредієнти тваринного походження (необроблене молоко, м'ясо, риба, молюски і ракоподібні, у тому числі свіжі, охолоджені або заморожені, яйця, мед, їх похідні та інші продукти, виготовлені з частин тварин, окремих їх органів та/або тканин, призначені для споживання людиною);

- до 20 вересня 2018 року — для потужностей, які провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких відсутні необроблені інгредієнти тваринного походження – готові харчові продукти;

- до 20 вересня 2019 року — для малих потужностей.

Заклад громадського харчування відноситься до малої потужності, якщо він сукупно відповідає наступним критеріям:

- постачає харчові продукти кінцевому споживачу;
- має не більше ніж десять осіб робочого персоналу;
- займає площу не більше ніж 400 м².

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомо, що екологічний стан нашої держави змушує зосереджувати увагу на таких факторах, як якість сировини, контроль за станом її зберігання та переробки. Над окремими аспектами проблеми якості продукції аграрного сектора в умовах членства України у світовій організації торгівлі (СОТ) працювали такі вчені, як П.Т. Саблук, А. Н. Мамцев, Д. М. Чибісов та інші. Систему управління безпекою продуктів харчування на основі принципів ХАССП в своїх роботах висвітлювали вчені України: Ж.Т. Ахметова, В.В. Власенко, І.Г. Власенко та інш., але, незважаючи на це, проблема потребує подальшого вирішення.

Метою статті є дослідження можливостей управління якістю харчових продуктів на основі принципів системи аналізу ризику і контролю критичних точок в закладах громадського харчування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контроль за реалізацією Закону України щодо впровадження постійно діючих процедур заснованих на принципах ХАССП покладено на Державну службу України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів[3]. Відповідно до чинного законодавства України оператори ринку зобов'язані розробляти, вводити в дію та застосовувати постійно діючі процедури, що засновані на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках, а також забезпечувати належну підготовку з питань застосування постійно діючих процедур, що базуються на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках, осіб, які є відповідальними за ці процедури, під час виробництва та обігу харчових продуктів.

Невиконання обов'язку щодо впровадження на потужностях постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (ХАССП) тягне за собою накладення штрафу на юридичних осіб - у розмірі від тридцяти до сімдесяти п'яти мінімальних заробітних плат (111 690,00 - 260 610,00 грн.), на фізичних осіб - підприємців - у розмірі від трьох до п'ятнадцяти мінімальних заробітних плат (11 169,00 - 55 845,00 грн.) та зупинення роботи потужності.

За оцінками експертів, вартість розробки та впровадження ХАССП може становити в середньому близько 50 000-70 000 грн. (\$6000- \$8000). Ці витрати можуть бути більшими, якщо залучені іноземні консультанти. Річні операційні витрати підприємства оцінюються приблизно у 50 000 грн. (\$6250). Це значення є усередненим і залежить від багатьох чинників, передусім від галузі та розміру

підприємства. За оцінками, витрати будуть більшими для м'ясопереробних підприємств і меншими для пекарень через меншу кількість небезпечних чинників, пов'язаних із виробництвом харчових продуктів.

Операційні витрати, як правило, з часом скорочуються: приблизно на 10 % після першого року та, іноді, ще на 5 % після другого року. Це пов'язано зі зменшенням кількості критичних точок контролю та позитивним впливом навчання. Період окупності зазвичай становить від одного до двох років, за свідченням міжнародної практики впровадження цих систем у молочній промисловості [6].

Впровадження системи НАССР не тільки забезпечує безпеку продукції та приготовлених страв, але і сприяє нормальному розвитку галузі в цілому:

- приготування страв стає безпечним процесом, при якому персонал дотримується всіх санітарно-гігієнічних норм та умов;
- впевненість відвідувачів в якості вживаної їжі обумовлює повне їх довіру до даного закладу, що підвищує його рейтинг;
- діяльність підприємства не суперечить вимогам законодавства;
- практично виключається виявлення можливих порушень при ревізійних перевірках;
- заклад отримує відчутну маркетингове перевагу в умовах сучасної конкуренції

Запровадження системи ХАССП передусім передбачає розробку базових санітарних програм. Їх ще називають програмами попередніх умов. Таку розробку ведуть з урахуванням українських законодавчих санітарно-гігієнічних вимог, які можуть відрізнятися від норм інших країн [4].

Такі програми охоплюють заходи щодо дотримання особистої гігієни персоналу, прибирання приміщень, проведення процедур з дезінфекції і миття обладнання, кухонного приладдя. Сюди ж включається боротьба з шкідниками і методи ліквідації відходів.

Наступний етап базується на ідентифікації та аналізі небезпек з вибором методів контролю і управління значущими критичними контрольними точками.

Колишній досвід підтверджує, що визначення ККТ – це ще не самий складний етап у розробці ХАССП, найбільш відповідальним і важким моментом є робота по опису готової продукції (блюда), використовуваного сировини та інгредієнтів. Особлива увага повинна бути приділена технологічним картам та рецептами. Не варто забувати і про опис інгредієнтів, які не входять до складу, проте в технологічному процесі можуть контактувати зі стравою, а також на матеріал і чистоту упаковки.

У таких записах вказуються найбільш значущі параметри:

- фізичні та хімічні властивості;
- мікробіологічні складові;
- органолептичні показники;
- тип упаковки;
- термін придатності та умови зберігання;
- тип транспортування та реалізації.

На наступному етапі група ХАССП складає блок-схему технології приготування страв. Схожі страви групуються, і для кожної групи асортименту розробляється одна загальна блок-схема. Наприклад, групи можуть бути такими:

- перші страви;
- другі страви;
- напої і т. д.

В діаграму процесу також вносяться відомості про всіх підготовчих і додаткових операцій: нарізка, консервація, смаження та ін. За складеною блок-схемою набагато легше визначити і дати оцінку потенційним небезпекам, які вимагають контролю з застосуванням відповідних заходів управління ризиками. Таким чином виявляються критичні контрольні точки, тобто ті етапи і моменти технологічного процесу, де існує ймовірність виникнення ризиків [5].

Класифікація ККТ в галузі громадського харчування включає в себе приймання сировини, її зберігання, теплову обробку для знешкодження мікроорганізмів, подачу відвідувачам гарячих страв. У ресторанах, кафе і піцеріях можуть бути визначені додаткові ККТ, наприклад:

- контроль доставки заморожених напівфабрикатів;
- облік властивостей фритюрних жирів.

Керівник закладу громадського харчування повинен розуміти, що на сьогоднішній день система ХАССП в даній галузі є головною моделлю управління ризиками і безпекою продукції. Призначення ХАССП аж ніяк не зводиться до формального виявлення ККТ і допустимих меж у технологічному процесі, а є потужним захистом технологічних процесів від хімічних, мікробіологічних та фізичних ризиків забруднення харчових продуктів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вигоди підприємств від запровадження ХАССП можна розподілити таким чином:

- збільшення доходів (завдяки отриманню доступу до нових ринків, розширенню збуту через роздрібні мережі);
- скорочення загальних витрат (завдяки кращому управлінню й мотивації, посиленню відповідальності персоналу, вдосконаленню виробничого процесу та меншим втратам продукції);
- зростання інвестиційної привабливості (завдяки зазначеному вище плюс краще управління небезпечними чинниками);
- інші нематеріальні вигоди (зростання вмотивованості персоналу, краща комунікація).

Головне перед упровадженням систем управління безпечністю харчових продуктів ХАССП - забезпечити виконання компанією всіх передумов. Загальна вартість забезпечення програм-передумов може бути дуже різною. Іноді підприємство потребує зовсім небагато інвестицій в інфраструктуру - особливо якщо засоби виробництва відносно нові та сконструйовані належним чином. Також витрати можуть бути мінімальними, якщо підприємство вже додержується державних вимог і норм (існуючих регуляторних санітарних і ветеринарних норм). І навпаки, витрати можуть виявитися набагато вищими, якщо необхідні капітальне будівництво або реконструкція будівель, створення

стаціонарних пунктів збору сировини або придбання сучасного лабораторного устаткування.

Впровадження сучасних систем управління безпечністю харчових продуктів вимагає від підприємств дотримання основних санітарних та гігієнічних норм і практик, або, як їх ще називають, програм-передумов. Йдеться про утримання обладнання, інфраструктуру закладів, правила особистої гігієни, управління водопостачанням та відходами тощо.

Бібліографічні посилання:

1. Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів" реєстраційний № 1602-18, дата реєстрації 22.07.2014 //Офіційний веб-портал Верховної ради України.- Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1602-18>.
2. Наказ МінАПК «Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (ХАССП)» від 01.10.2012 №590, зареєстрований в Міністерстві юстиції України за №1704/22016 від 09.10.2012// Офіційний веб-портал Верховної ради України.-Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>.
3. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2005, IDT): ДСТУ ISO 22000:2007. – Чинний від 01.08.2007.-К.:Держстандарт України, 2007 – 31с. – (Національний стандарт України).
4. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Настанова щодо застосування ISO 22000:2005 (ISO/TS 22004:2005, IDT): ДСТУ-Н ISO/TS 22004:2009. – Чинний від 01.01.2010.-К.:Держстандарт України, 2010 – 13с. – (Настанова).
5. Оцінка відповідності. Вимоги до органів, що забезпечують аудит та сертифікацію систем менеджменту (EN ISO/IEC 17021:2011, IDT): ДСТУ EN ISO/IEC 17021:2014. – Чинний від 01.01.2016.-К.:Держстандарт України, 2016 – 30с. – (Національний стандарт України).
6. Макаренко Г. Ю., Захарова А. Н. Мировой опыт внедрения системы ХАССП показал... или что остается за кадром при разработке системы управления качеством //Все о мясе. – 2017.– №2.– С. 48– 51.

References:

1. Zakon Ukrayiny "Pro vnesennya zmin do deyakykh zakonodavchykh aktiv Ukrayiny shchodo kharchovykh produktiv" reyestratsiynny № 1602-18, data reyestratsiyi 22.07.2014 //Ofitsiynny veb-portal Verkhovnoyi rady Ukrayiny.- Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1602-18>.
2. Nakaz MinAPK «Vymohy shchodo rozrobky, vprovadzhennya ta zastosuvannya postiyno diyuchykh protsedur, zasnovanykh na pryntsypakh Systemy upravlinnya bezpechnistyuh kharchovykh produktiv (KHASSP)» vid 01.10.2012 №590, zareyestrovanyy v Ministerstvi yustytsiyi Ukrayiny za

- №1704/22016 vid 09.10.2012// Ofitsiyyny veb-portal Verkhovnoyi rady Ukrainy.-Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>.
3. Systemy upravlinnya bezpechnistyu kharchovykh produktiv. Vymohy do bud'yakyykh orhanizatsiy kharchovoho lantsyuha (ISO 22000:2005, IDT): DSTU ISO 22000:2007. – Chynnyy vid 01.08.2007.-K.:Derzhstandart Ukrainy, 2007 – 31s. – (Natsionalnyy standart Ukrainy).
 4. Systemy upravlinnya bezpechnistyu kharchovykh produktiv. Nastanova shchodo zastosuvannya ISO 22000:2005 (ISO/TS 22004:2005, IDT): DSTU-N ISO/TS 22004:2009. – Chynnyy vid 01.01.2010.-K.:Derzhstandart Ukrainy, 2010 – 13s. – (Nastanova).
 5. Otsinka vidpovidnosti. Vymohy do orhaniv, shcho zabezpechuyut audyt ta sertyfikatsiyu system menedzhmentu (EN ISO/IEC 17021:2011, IDT): DSTU EN ISO/IEC 17021:2014. – Chynnyy vid 01.01.2016.-K.:Derzhstandart Ukrainy, 2016 – 30s. – (Natsionalnyy standart Ukrainy).
 6. Makarenkova H. YU., Zakharova A. N. Myrovoy opyt vnedrennya systemy KHASSP pokazal... yly chto ostaet'sya za kadrom pry razrobotke systemy upravlennya kachestvom //Vse o myase. – 2017.– №2.– S. 48– 51.

Punko B.M.

Doctor of Economics, Professor
of Management of Foreign Economic Activity, Lviv, Ukraine

REGULAR INDICATORS OF STABILIZATION AND LOCKS OF ECONOMY: GLOBAL AND MACROECONOMIC LEVELS

***Abstract.** This scientific research is devoted to the questions of substantiation of theoretical and methodological and functional manifestations of economic reflexivity and cyclicity of global macroeconomic crisis processes and coverage of phenomenal aspects of the Ukrainian variant. To study the causes of economic crises and their cyclicity; to identify the dynamics of global economic crisis processes; to establish the main sources (factors) of global economic crisis processes in the dynamics; and to compare economic manifestations of the Ukrainian and world crises. But most importantly, the development of regulatory indicators of stabilization and tranquility of the economy at its global and macroeconomic levels, as well as the formulation of the main anti-crisis measures of macroeconomic management of the country.*

***Key words:** economic reflexivity, cycle, global macroeconomic crisis processes, causes of economic crises, comparison of economic manifestations of Ukrainian and world crises, regulatory indicators of stabilization and (rest?) of the economy, the main anti-crisis measures.*

Introduction. Formulation of the problem and its relation to the theoretical and practical tasks. Theoretical and practical task of the research is the substantiation of theoretical, methodological and functional manifestations of economic reflexivity and cyclicity of global macroeconomic crisis processes and coverage of phenomenal aspects of the Ukrainian variant.

An unsolved earlier parts of the general problem - studying the causes of economic crises and their cyclicity; Detection of the dynamics of global economic crisis processes; establishment of the main sources (factors) of global economic crisis processes in dynamics; comparison of economic manifestations of Ukrainian and world crises.

Analysis of recent researches and publications. The basis of the analysis of relevant research and publications on economic theory, research and views of famous experts and their own author [1-7].

The aim of the study – *to develop regulatory indicators of stabilization and tranquility of the economy at its global and macroeconomic levels, as well as to formulate the main anti-crisis measures of macroeconomic management of the country.*

Presenting main material. In today's conditions of forecasting the development of national economies and the World's Domestic Economy, it is relevant and timely to study the economic reflexivity and cyclicity of global macroeconomic crisis processes, and especially their manifestations in the Ukrainian version. It has to be construed that there is virtually no systematic coverage of macroeconomic (at the national economy level) and global (at the level of world economy) economic crises, both in the Soviet and in the Ukrainian economic theory.

It is characterized as isolated by separate factors - unemployment, inflation, etc., but without their systemic correlation.

Table 1

The views of individual authors on the causes of economic crises and their cyclicity

№	The author of the theory	The essence of the theory of the causes of crises
1	Karl Henrikh Marx (German philosopher, economist, political journalist)	He saw the reasons of the cyclicity of capitalist reproduction in the essence of capitalism, directly in the contradiction between the social nature of production and the private nature of the appropriation of its results.
2	John Stuart Mill (English thinker and economist), Jean- Baptiste Say (French economist), David Ricardo (English economist)	Economic crises are impossible under capitalism, or they are only incidental.
3	Jean Charles Leonard Simon de Sismondi (Swiss economist), Johann Karl Rodbertus (German economist-socialist), Karl Kautsky (German economist, historian, publicist)	A system of free market competition is capable of overcoming crisis itself.
4	John Maynard Keynes (British economist)	Economic crises (more precisely depression, stagnation) are inevitable in the conditions of classical capitalism and derive from the nature of its market. The capitalist market includes various manifestations of monopoly and is combined with state regulation, from which prices and wages are inflexible. As a fundamentally necessary means of smoothing the problems of crisis and unemployment put forward the idea of ensuring state intervention in the economy in order to stimulate effective aggregate demand. His achievements in the study of the cyclicity factor should also include the theory of the multiplier developed by him, which later became widely used in analyzing the causes of cyclicity.
5	Pavel Joan Robinson (English economist) John Atkinson Hobson (English economist and reformist), William Foster and Vadel Ketchings (American economists)	Insufficient consumption of the population, causing overproduction. The reason for the cycle is too much of the income that goes to rich and savvy people, compared to what can be invested.
6	Friedrich Augustus von Hayek (Austro-English economist and philosopher), Ludwig von Mises (Austrian economist)	Proponents of market freedom and ferocious opponents of state intervention, believed that crises over production arise due to excessive financing by the state (cheap loans, "pumping" demand). The theory of excessive investment, which is due to the recession, is, rather, an excessive, rather than insufficient, investment.
7	Joseph Alois Schumpeter (Austrian and American economist, sociologist, historian), Elvin Hansen (American economist)	Each economic phase is characterized by its own psychological picture, shaping the attitude towards investment. The panic and disorder that are characteristic of the crisis state of the economy, lead to a stagnation of investment, and an increased business mood in conditions of recovery stimulates the fever. "Variable situations" shape the unevenness of the investment cycle. Use in the production of innovations (the need to periodically change the technology and products of production).
8	Ralph George Howret (English economist)	Expansion (pressure) of bank credit for consumers.
9	Arthur Session Pigou (English economist), Walter Bedgoth (English economy)	Due to the pessimistic and optimistic waves of the population.
10	William Stanley Jevons (British economist), Thomas Moore (Irish poet and economist)	The theory of sunspots, weather variability, crop years.

Note: The term "multiplier" (from Latin multiplico - multiplied) in Latin translates to "multiplier", the principle of "multiplier" is justified by the English economist R. Capo in 1931 p. J. Keynes in 1936 in a paper on economic theory entitled "General theory of employment, interest and money" formulated the definition of "multiplier" as a calculation numerical coefficient that determines the dependence of changes in income from changes in investment, and shows how many times it changes (decreases or will increase) national income with a certain change (reduction or increase) of investments in the economy of a particular country. J. Keynes noted that in the case when additional

investments are made, the income received increases by an amount that is several times the amount at which increased investments. In a more detailed understanding of the economic manifestation of the multiplier, a category such as the accelerator principle is used. The combination of multipliers and accelerators can ensure a steady growth of the national economy. The economic definition of an accelerator is a calculated coefficient that reflects the relationship between investment and consumer demand. The essence of the accelerator is that the increased up-turn, obtained as a result of the impact of initial investment, leads to an increase in demand for consumer goods. Economic sectors that produce consumer goods are developing, this development leads to an increase in demand for goods of industrial purpose (innovative technologies, technological means of labor, objects of labor, etc.). Changes in demand for consumer goods cause significantly more significant changes in demand for goods for industrial use. The point is that the accelerator principle refers to changing the demand for a finished product, and shows how the demand for investment can be caused by an increase in sales and revenue. The principle of an accelerator provides economic stabilization of the multiplier effects or helps to reduce the rate of attenuation of the animation process [1].

Among the foreign authors who studied this problem more or less systematically, one can mention the names of such scholars as Karl Heinrich Marx, John Stewart Mill, Jean Baptiste Sey, David Ricardo, Jean Charles Leonard Simond de Sismond, Carl Johann Rodbertus-Jagezov, Karl Kautsky, John Maynard Keynes, Paul Joan Robinson, John Atkinson Hobson, William Foster, Vadal Ketchings, Friedrich Augustus von Hayek, Ludwig von Mises, Joseph Alois Schumpeter, Elvin Hansen, Ralf George Howret, Arthur Session Pigou, Walter Bedgoth, William Stanley Jevons, Thomas Moore.

Crisis - a term or category of Greek-speaking origin, meaning exit, ending. With regard to society, this is a political-ideological and political-economic complex stage, a sharp decline of political and economic systems. It is characterized by such a period of weak manageability, or in general its lack of it, an attempt to use existing political and economic tools for the purpose of abuse and profit; the conspiracy of certain groups at the level of a separate state, or at the level of the world economy, in order to satisfy certain clan-oligarchic interests. At the same time, not counting with the needs and interests of the majority of the nation or planet. Such crises are periodic repetitiveness, subjectively, the existence of crises to someone is very necessary and profitable, and from crisis situations, paradoxically, some groups of people get enriched, and all others - even more depleted. The views of the aforementioned foreign authors on the causes of economic crises and their cyclical nature are given in Table 1.

Economic dialectics points to the close relationship of crisis periods with stable economies, which, from an objective point of view, means that without crisis states there are no stable states of economic systems. As the practice of analyzing economic crises shows, at the macroeconomic level or at the level of global economic systems, crises arise because of the gaps between production and consumption of goods. In market conditions there is a lack of correlation between production volumes and consumer demand, or there are situations where production is stimulated and demand is not stimulated. The cyclicity of economic and ecological reproduction is significantly influenced by scientific and technological progress, as a result of which there is a problem of economic recovery of the consumption process, the replacement of equipment and technology, and the restoration of fixed capital. Means we are talking about the classical situation, when overproduction is stimulated and the human factor is not stimulated, the solvency is boosted, for example, due to higher incomes of co-workers, and hence the consumer factor of a market economy.

Dynamics of global crisis economic processes

№	The term and the name of the crisis	The economic essence of the crisis
1	"The First Financial Crisis" (1825)	Speculative transactions with gold and silver depleted the Bank of Great Britain reserves, the currency crisis was overwhelmed by a stock crisis, panic in the banking system. In connection with the British's development of gold and silver deposits in Latin America, the crisis has also flown over there.
2	"The First World Economic Crisis" (1857)	Collapse of the stock market and as a consequence the crisis of the US banking system. Then the crisis turned over to Great Britain, Europe and Latin America. The main factor of the crisis was the massive bankruptcy of railway companies and the collapse of the stock market in the United States.
3	"The crisis of the New York Stock Exchange" (1907)	Due to a significant outflow of capital from the United States on the New York Stock Exchange collapsed stock prices. Factor - The Bank of England raised the discount rate from 3.5% to 6% in order to replenish its gold reserves, which resulted in the collapse of the American financial trusts Nykerboker, which numbered 18,000 depositors. This bankruptcy has caused a financial panic in stock markets on both sides of the ocean.
4	"Great Depression" (1929-1933)	In the so-called "Black Thursday" October 29, 1929 all stock indices on the US exchanges collapsed. The main factors are over-the-counter production, speculative investment boom in the US. Then production declined sharply, industrial production declined to 1901, and 30 million people worldwide became unemployed.
5	"The First Energy Crisis" (1973-1975)	OPEC member countries deliberately lowered oil production in order to raise the price of oil on the world market. October 16, 1973, the price of 1 barrel of oil (1 barrel oil = 158.76 liters) in one day rose by 67% - from \$ 3 to \$ 5. In 1974, the price of oil reached \$ 12 per 1 barrel. As a result of the rising cost of "black gold" the US and Europe's economies have practically stopped, there were long queues on gas-fueled ones.
6	"Black Monday" (1987)	On October 19, 1987, the US stock index "Dow Jones Industrial" collapsed by 22.6%. Then the markets of Australia, Canada, Hong Kong collapsed. The causes of the stock disaster have not been identified and have not yet been clarified, there were no economic or political preconditions for this.
7	"Asian crisis"(1997-1998)	The largest fall in the stock market in Southeast Asia (PSA) occurred, due to the withdrawal of foreign investors from the region. The crisis caused a devaluation (depreciation) of national currencies, a high level of deficit of the balance of payments of the countries of the PSA. The "Asian crisis" has lowered the world's GDP by \$ 2 trillion.
8	"Virtual Economic Crisis" (2000)	For the first time, the \$ US equated with the Euro and even began to give way to the price ratio. The reason - thousands of Internet users, who began to actively invest in Internet companies, with the virtual imagination of launching elements of the "new economy". But in March 2000, the shares of such Internet companies dropped sharply in price.
9	"Consumer Crisis" (2007)	Due to massive non-repayment of loans, banks began to put up mortgage housing for sale, which led to the collapse of prices on the real estate market. Thus, the mortgage (credit) crisis in the USA began. This prize-led to the bankruptcy of the largest mortgage bank "Lehman brothers" in September 2008 and a collapse in the US stock markets. The crisis in the real estate market has simultaneously affected the markets of various groups of goods that were lent, which led to a decline in sales in these traditional markets. The US government is taking economic measures to prevent the "consumer crisis".

Note: The "Dow Jones Industrial" index is the so-called index, which is periodically calculated by the Dow Jones homeworkers. The Dow Jones Index is made up of 30 (thirty) share issues; shares are selected on the basis of a high market rating and on the basis of distribution (demand) among a wide range of owners. The shares of major industrial companies (corporations) are taken into account: General Electric Co., Texas Co., General Motors Corp., Boeing Co., Philip Morris Corp. etc. The Dow Jones index measures the current dynamics of the rates of a representative group of shares in comparison with the base value that was calculated at a certain point in time in the past period. In addition to the indexes, further stock quotes are calculated - as the arithmetic mean of the rates of the representative group of shares at a specific time (for a specific date) [3].

According to modern ideas, the economic dynamics of the macroeconomic system is a cyclical process that has a complex structure. This process is the result of

imposing cycles of different nature: short (3-5 years) business cycles of Kitchin; the cycle of Juglar (6-8 years old); cycles of Labrus called intercircles (10-12 years); Hypercircles of the Blacksmith (doubled cycles of Juglar); the long waves of Kondratiev (over 50 years old) and the age-old trend. The study of the properties of these cycles, the mechanisms of their generation and results have not yet reached all inclusive depth and clarity, but quite seriously demonstrated the fruitfulness of the idea of cyclicity that permeates the economic thinking of the best minds of mankind [2]. On the basis of the review of literary sources, we have formulated a tabular interpretation of the dynamics of global economic crisis processes. The indicators that characterize the term and name of the crisis and its economic essence are given in Table 2. The analysis of information in Table 2 allows us to formulate the main sources (factors) of global economic crisis processes in dynamics: 1) Speculative transactions with gold and silver and the currency crisis imposed on the stock crisis; 2) Collapse of the stock market, collapse of the market (prices) of shares; 3) Collapse of all stock indices, surpluses (surplus - reduction) of production, speculative investment boom; 4) The conspiracy of world oil tycoons to raise the price of oil on the world market; 5) Down all of the stock index "Dow Jones Industrial"; 6) The fall of the stock market in some regions of the world; 7) Internet users who began to actively invest in Internet companies, with the virtual imagination of launching elements of the "new economy", the shares of such Internet companies dropped sharply in price; 8) Massive non-repayment of loans (problem of consumption).

As can be seen from the figure (graphic table) 1, the cyclicity of economic upheavals from 1825 to 1975: 32; 50; 22; 40 years old, with an average recurrence of 36 years. From 1975 to 2007, cycling is significantly compacted: 12; 10; 2 and 7 years old, with an average recurrence of 8 years. It means that the world economy is part of the period of consolidation of cycles of economic crises.

From the perspective considered, George Soros's idea is interesting: "Recently, science has begun to develop a new direction called "theory of complexity", "the theory of economic promotion of systems", or "theory of chaos". To understand the historical process, this approach is much more useful than traditional analytical. Unfortunately, when we are looking at our World; we are more based on an analytical scientific approach than should be for our own benefit. Economy is trying to be an analytic science, but all historical processes, including the dynamics of financial markets, are a complex they can not be understood on the basis of an analytical scientific approach, we need a completely new approach, and "my theory of reflexivity" is only the first step in this direction. The model of ascents and recessions should not be treated with extreme seriousness. It is suitable only for illustration and should not be used as a form that reality supposedly should answer. At the same time, there are many different processes, one is dynamic, others are static, and some are almost balanced (balanced). Interaction between them gives rise to further processes, which are divided into the same categories" [4, pp. 93-94].

The term "reflection" by J. Soros defines as - understanding, reflection [4, p. 80]. In other words, "reflection" - reflections on objective phenomena and processes in the economy and their categorically-essential reflection in modern times. In the future, we will use the term "economic reflection" or "economic reflexivity". In our

opinion, the methodology of reflection in the present day of "economic reflexivity" should be based on a methodological principle - "critical way of thinking".

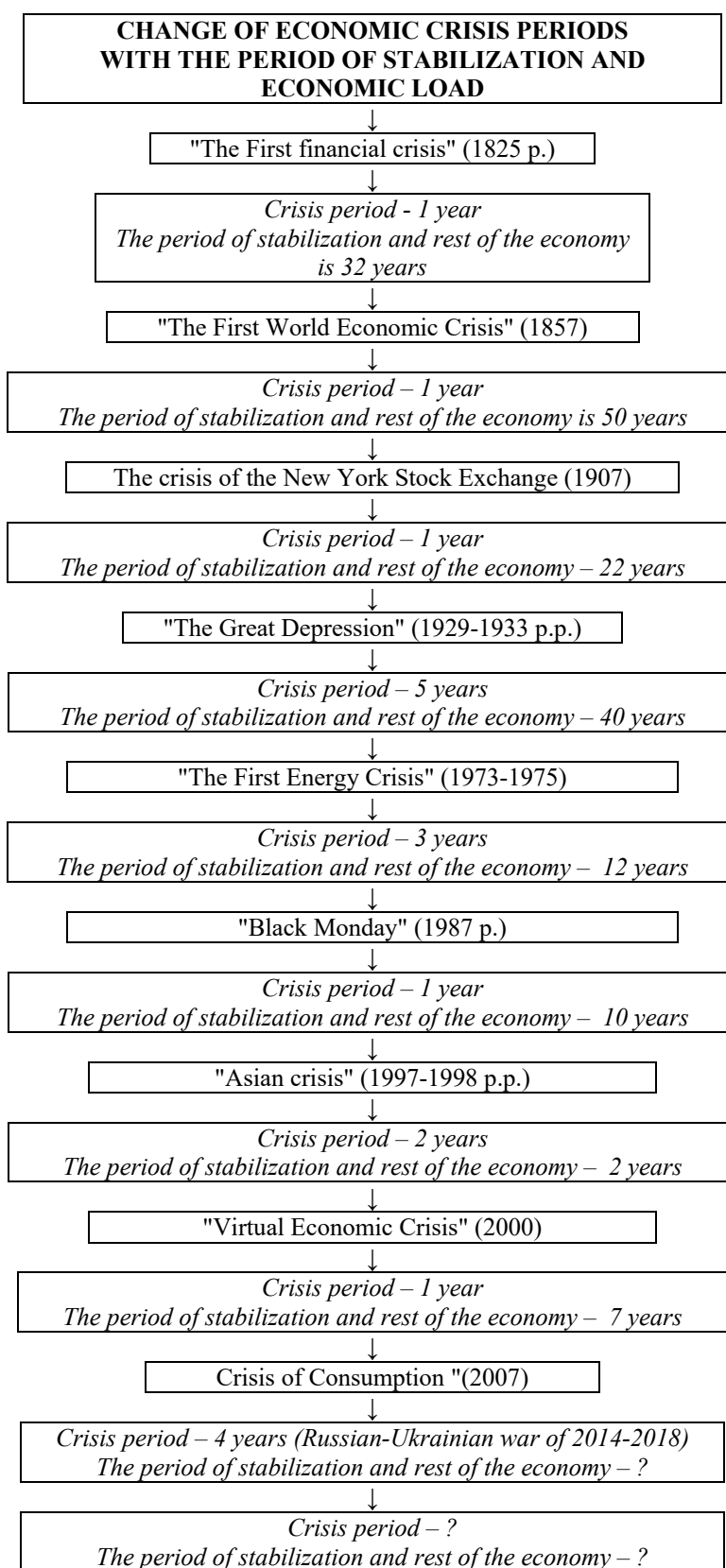


Fig. 1. Graphic table - a schematic representation of the alternation of economic crisis periods with periods of stabilization and rest of the economy

"Critical way of thinking" should approach much closer to reality than the way of thinking, at the disposal of which there is only one interpretation" [4, p. 285].

Important in the investigated context is the question of alternating economic crises with periods of stabilization and rest of the economy (see schematic presentation in Figures 1 and 2). As we can see from the schematic representation of the alternation of economic crises with periods of stabilization and rest of the economy (and their correlation): firstly, the crisis period can range from 1, 2, 3, and even to 5 years (the average value is 1.9 years) ; secondly, the period of stabilization and rest of the economy varies from 2 to 50 years (32, 50, 22, 40, 12, 10, 2, 7 years), since 1975, these periods are significantly reduced (average 21.9 years). To give at least some objective forecast of the crisis period and the period of stabilization and rest of the economy as a result of the "Consumer Crisis" (2007) is virtually unrealistic, this sequence of numbers is not linearly dependent.

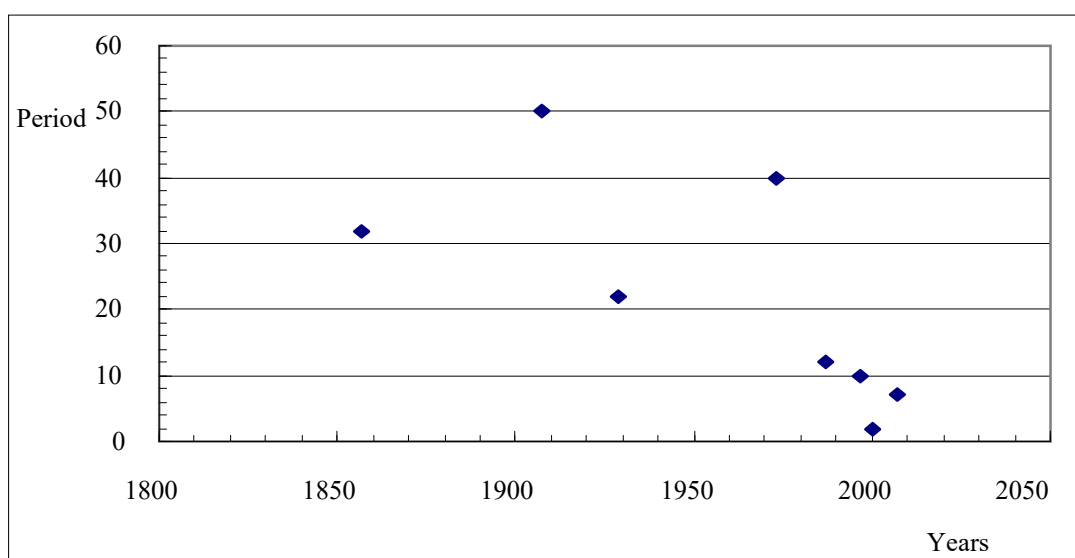


Fig. 2. Graphical representation of the ratio of global dynamics crisis economic processes and periods of stabilization and rest of the economy

With regard to the comparison of economic manifestations of the Ukrainian and world crises, the Ukrainian crisis briskly captures all the negative, for example, prices in the world are growing, growing at a much higher rate in Ukraine. Figuratively speaking, if in the world the price of oil increased by 30%, in Ukraine it will grow by at least 60%. Conversely, the Ukrainian economy is very reluctant to respond positively, for example, to lower prices in the world. Figuratively speaking, if in the world the price of oil has fallen by 100%, then in Ukraine this decline can be 20-30%. Given the "economic weakness and poverty", the lack of clear business rules, Ukrainian government officials and oligarchs, do not want to part with the super-profits, although the latter do not fit into the elements of the objective world economy. It should be clearly emphasized that in the world investment and financial circles, the balance profit within the range of 10-14% is a rather good positive result. Ukrainian "pseudo investors" and "pseudo financiers" need extra profits, preferably 100-140%, that is ten times more. Such an "objective" understanding of the economy will not endure any economy. Also, the Ukrainian economic crisis varies

considerably from sources (factors) or crisis-creating factors. Based on the analysis of information resources concerning Ukrainian macroeconomics, we have generalized the main crisis-creating factors. Let us consider the main crisis-creating factors in Ukraine:

A. Foreign economic factors:

1. The dependence of the Ukrainian economy on energy resources, in particular, a significant increase in the cost of Russian gas. Starting from 2006-2008, due to this, the monetary value of Russian imports increased significantly due to the same volumes of supplies. Limited reproductive opportunities of Ukrainian exports, especially in terms of the development of the specialization of the Ukrainian economy in world markets, are not well-founded and balanced export and import structure.

2. The unmanaged imbalance of external trade turnover, starting with 2007-2008, began to form a significant currency deficit due to the excess import over exports, which no one controls. In 2007, the indicative imbalance or negative balance of payments exceeded \$ 11 billion - this is awful. Subsequently, this figure increased significantly! At the rate and income of the consolidated budget of Ukraine in 2006, this amount (\$ 11 billion) amounted to 32%. The external debt of the country has grown to 100 billion US dollars (now in 2018 this number has not decreased).

B. Internal economic factors (macroeconomic factors):

1. Quick growth of prices for consumer goods of wide consumption, energy (including gas, oil, gasoline, electricity), real estate (houses, apartments), including land. The large, compared with the world, bank interest rates, excessive seizure of banking policies regarding the supply of credit resources, created conditions for the emergence of a crisis in the financial sector of the economy. This 'quick' price increases significantly outpaced the growth of incomes. Or, in other words, in these market segments, prices have grown to world level and higher, and incomes remained 5-10 times lower than the average world income (in 2018, these revenues are the lowest in Europe).

2. Lack of investment policy, rising prices, misleading inflation expectations, unjustified monetary emission into the economy, which was carried out by the government (there are data on periodic infusions in the amount of UAH 50.0 billion), unmanageable fiscal and economic policies. In particular, the questionable and uncontrolled payment of VAT, which allows you to receive shadow money without real external economic operations. Sometimes they can be frankly speculative - in particular, money laundering from the public financial system in the so-called offshore (Panama, Seychelles, Cyprus, Maldives, etc.). Inconsistency among themselves in terms of drafting rules for the economy, branches of power - the Verkhovna Rada, the Cabinet of Ministers, the SPU, the NBU, as well as between the authorities of the central and regional levels.

3. Unclear, biased, ineffective activity of the NBU, insufficiently effective control over the movement of currency in domestic and foreign economies. There is no current (perhaps daily) effective control over the balance of payments of the state. And it would have to be on a daily basis on screen-panels, it seems that such an economic analysis is not interested in anyone here.

4. There are too many bureaucracy in Ukraine, for example, the number of people's deputies in the Verkhovna Rada has been established in the number of 450 people with a population of 52 million people. As in 2018, in comparison with 1991, the demographic situation in Ukraine has changed dramatically in the direction of population decline, and now with a population of less than 45 million people, we continue to hold a highly-paid number of people's deputies - 450 people.

5. Unjustified differentiation in the incomes of Ukrainians and the government bureaucracy, this difference varies within 40 times. For example, if in 2008 a person earned income (a pension) at UAH 1,000 a month, a senior official (people's deputies, officials of ministries and state committees, etc.) would have at least UAH 40,000 per month. In 2018, these pensions amount to 1,500-2,000 hryvnias, while salaries and bonuses of officials reach 200-300 thousand hryvnias, and judges, in particular, up to 400 thousand hryvnias. This extraordinary wildlife and unjustified, for a country, a disproportion is required, on the one hand, to be closely linked to the effectiveness of public administration; and on the other hand, bring (reduce) to 4-5 times, as it is accepted, for example, in the EU countries, where as if we were going, and maybe we will continue to follow in the future.

Covered by the external economic and internal economic crises creating factors in Ukraine, it is possible to objectively emphasize the weak management of macroeconomic processes by the authorities of Ukraine (VRU, CMU, NBU, etc.). Such uncontrolled position helps to create crisis situations, intensifies the development of crisis tendencies of the "Ukrainian character", since all the ruling power is being squandered on "internecine conflict wars" and the satisfaction of shadow personal and family and clan, mostly offshore financial schemes.

In the basis of any financial speculative schemes or "financial tricks" are certain banking tactical secrets. We formulate several components of such financial tactics of Ukrainian business bankers.

Firstly, the bank's deposit policy provides for certain contractual rules (terms of an agreement) in relation to terms, interest rates, terms of investing and withdrawals and accrued interest that are not respected by bankers.

Secondly, high interest rates on deposits in hryvnias allowed to accumulate significant sums in hryvnias, in Ukraine this could be a well-considered plan for depreciation of the dollar (for example, in 2007-2008 up to UAH 4,50 per US \$ 1 and below) In 2007-2008, it was possible to achieve significant revenues of hryvnia and the dollar in banks, which is why this period is characterized by the largest volumes of consumer loans issued to the population, but mainly loans were issued in US \$. On the one hand, for lending dollars it was necessary to pay significant interest, on the other hand, due to the crisis, in 2008-2009 the dollar was "released" to 9 UAH for US \$ 1, nodding towards America and Europe, as the main factors behind the origin of the financial crisis.

Thirdly, approximately in the spring-summer of 2008 among the population began to spread economic panic (perhaps planned by someone) that the economy of Ukraine will be "tied" to the Euro, so we must get rid of dollar as there will be a significant collapse of it (as we know from the beginning from 2009 to 2014-2018 it

happened, but exactly the opposite - the hryvnia collapsed to 24-27 hryvnia for 1 dollar)!

Fourthly, the population began to actively convert \$ US into banks, mainly to exchange for hryvnia, because people believed in the assurances of "financial power" that the hryvnia is strengthened, that the hryvnia can be put on a deposit account, under good pro-cent, for which it seems you can live somehow.

Fifthly, the banks left their lenders without dollars: there were no dollars in banks, you could buy them nowhere to pay the loan, but banks "began to calm down" the creditors, that the loans can be paid at a fixed rate then 9 UAH for \$ 1 US. That's it, they took dollars for UAH 4,50 and now pay for them for UAH 9! If the stabilized dollar exchange rate will be set (after the crisis), for example, at \$ 10 USD for 1 UAH, then this will mean that those who had dollars in banks would be twice as richer, and those who had hryvnia twice as poor.

Let's consider the scheme of manifestation of "financial crisis trap in Ukrainian":

The first stage is the growth of the dollar against the hryvnia, as a result of the natural reaction of consumers - the population is trying to buy \$ US, thus enriching those who sell dollars: bankers, the state (more precisely, power) in the person of the National Bank of Ukraine (NBU). In addition, the population is forced to buy dollars through credit debt and contractual obligations, businessmen - because of the need to carry out foreign economic activity.

The second stage - the dollar depreciates - the natural reaction of the population to sell the dollar, thus the bankers, the NBU replenish their dollar stocks, after a certain period of time all is repeated. And thus everything is repeated over and over again.

Although here it is necessary to remind the reverse market pattern for the monopolists of the financial market and the owners of the currency - the dollar is growing, then it should be sold, the dollar depreciates, then it should be kept to a rise in price. But the rule for financial players in the market is the opposite rule for ordinary people...

Let's try to demonstrate this so-called derivative operation or "financial scam" (speculation) in monetary terms. For example, at the first stage of the financial crisis, the NBU sells directly (or through "close relatives" banks) 10 million USD, enrichment only at the rate of 7.0 UAH. for \$ 1 (beginning of November 2008) will be: $10 \cdot 2$ (7 UAH. for \$ 1 – 5 UAH. for \$ 1) = 20 mln. Further, when entering the second stage of the financial crisis, the population in the "panic" sells these \$ 10 million in the NBU directly (or in other banks), but already at a lowered or stabilized rate, for example, at UAH 5.0. That is, at the first stage of the "financial transaction", selling this dollar amount for 70.0 million hryvnias, in the second stage, banks are buying the same amount for 50.0 million hryvnias, saving 20 million hryvnia. Thus, it is not difficult to note that such uncontrollable fluctuations in the exchange rate are advantageous, first of all, by the bankers themselves who form a financial and oligarchic group in society.

There is a well-known suspicion in society that financially-oligarchic interests in Ukraine can be presented by the NBU itself (then in the years 2014-2018 it

happened in fact)! There are grounds to believe that the NBU acts through "shadow banks" (in particular, banks that are entrusted with a foreign currency loan from the International Monetary Fund, the World Bank, offshore dollars and who have to sell the currency at a certain price). For example, as it became known from the mouth of the management of the NBU, the NBU itself from the beginning of the crisis until December 20, 2008 did not sell any \$ US. The paradox: how and who is provided with the currency corridor of the course of the national currency? How and who is administered the national currency rate? Does the NBU have to participate in foreign exchange purchase and sale operations?

What about ordinary Ukrainians, should we get used to serfdom, poverty, famine and genocide?

The main mechanism for avoiding such fictitious financial crises is:

- ✓ firstly, the NBU's subordination to the legislative and executive authorities at the same time;
- ✓ secondly, to consider once again the real economic price of the Ukrainian currency, to make a "complete structural economic calculation" of its value;
- ✓ thirdly, legislatively regulate the prohibition to manipulate the exchange rate at "off-limits", that is, to establish rigid and immovable corridors, for example, within a maximum of 10%.

It, for example, can mean that \$ 1 US can cost 5 hryvnias, and with an increase of 10% - UAH 5.50, and with a 10% fall – UAH 4,50. Under these conditions, it will not be possible to panicly manipulate the finances, causing significant moral and financial losses to consumers (the population), on the one hand, and the economy at the country level (to the world economy), on the other hand. Also unacceptable and harmful to the Ukrainian economy is "such a free market situation" when \$ 1 US, for example, is bought by banks at a price of UAH 6, and is already sold for UAH 8 (the profit will be 2 UAH or 33%). Such an imbalance in the ratio of the purchase and sale of currency and such speculative thirst for power in the person of banks to quick profit and profitability (in the conditions of the Ukrainian financial system allowance would be a profit margin of 2-5% (depending on the financial and credit structure), but not 20-30 %) indicates that the financial system of Ukraine is not controlling.

According to the current sources of information, since 2008, the structure of export and import of goods has significantly imbalanced, which already signaled a deterioration of the quality of foreign economic activity (the balance between import costs and export revenues). The assets of the current balance of payments declined, the reduction was accompanied by a decrease in net capital inflows in the balance sheet of capital and loans. The national currency system was also disbalanced as a result of "insufficient control" over the way of making external payments to Ukraine. Insufficiently traced and analyzed import contracts for the import into Ukraine of not always the most essential commodities. Due to a significant reduction in exports (compared to imports), the Ukrainian economy stimulates foreign economic development of importing countries. Foreign currency risks are not protected in external economic contracts, the currency of contracts and the currency of payments in export-import contracts are not always linked to a "basket of currencies". When the price of an external economic contract, for example, is established and fixed for this

period, in Ukrainian hryvnia, in US dollars, in Euro (or in other currencies), etc., at the same time. Thus, sufficient safeguards are not sufficiently involved to minimize foreign exchange risks. Due to the significant excess of payments on expenses (for imports), Ukraine is a net debtor, as indicated by a passive settlement balance.

Ukrainian governments do not have a proper understanding of the objective need for innovation in the development of industries, providing a certain level of protection against foreign competition - equal competition in world markets. The currency policy in Ukraine is regulated by the VRU, the CMU, and the NBU. In 2008, the NBU did not provide the main objective of foreign exchange policy - to achieve stabilization of exchange rates and create normal conditions for the foreign market. The NBU undertook insufficient control over the storage and use of official currency reserves. The NBU did not work enough to replenish gold and foreign exchange reserves.

The Cabinet of Ministers, when regulating foreign economic activity, did not provide economic analysis and control over the compilation of the currency balance. Everybody mentioned the Verkhovna Rada, the CMU and the NBU should jointly share responsibility for ineffective regulation of foreign economic activity and the lack of balance between the economy and economic equilibrium in the domestic and foreign markets of the economy. As a result, the crisis processes of 2007-2008 grew into even bigger and more threatening for the country's economy in 2014-2018.

Financial machinations are global in nature, a lot of them are written and written in detail by George Soros, American financial philanthropist. If in fact "financier-philanthropist" can be called a financial derivative speculator or "throwing financial systems"! It turns out otherwise there would not be anything to be a philanthropist, nevertheless we appeal to him and quote him. Interesting is J. Soros's view on choosing the right options for solving an economic problem:

- ✓ firstly, reality prompts the choice and gives the criterion by which the choice can be evaluated;

- ✓ secondly, because our understanding of reality is imperfect, the criterion for evaluating the choice is not fully understood by us.

As a result, people do not necessarily make the right choice, not everyone thinks it is. Moreover, the right choice represents only the best of available options, and not the best of all existing options [4, p. 286].

In Table 3 we have developed regulatory indicators (indicators, determinants, indicator: Latin indicator, indico - indicate, determine) the stabilization and rest of the economy at its global and macroeconomic (national) levels (formulated the applied nature of economic regulators that give rise to crisis economic processes, and those that contribute to the stabilization and tranquility of the economy). The term "stabilization" comes from the Latin stabilis - stable, which means strengthening, steadfastness, unchangeability; state of stability, constancy. Logically, the term "stabilization of the economy" should be understood as the acquisition of signs of strengthening, sustainability, and invariability of the national or global economic system as a result of its emergence from the economic (political, etc.) crisis. Accordingly, the term "peace of the economy" should be understood as the period or

cycle of time that determines or characterizes the state of stability or sustainability of the national or global economic system between crisis states or "from crisis to crisis".

Table 3

Regulatory indicators of stabilization and tranquility of the economy

№	Applied essence of economic regulators, which give rise to crisis economic processes	Applied essence of economic regulators, which help stabilize and rest the economy
A. GLOBAL LEVEL OF ECONOMY		
<i>Indicator of limitation of speculation with precious metals</i>		
1	Speculative operations with gold, silver, other precious metals.	Strict control (by economic organizations of the United Nations, the WTO) for price policy on gold, silver, platinum other precious metals.
<i>Indicator of optimization of bank interest rates and lending volumes</i>		
2	The attempts of banks to act on the principle: "The higher the bank interest - the more loans are issued - the bigger the profits", as a result: the mortgage (credit) crisis.	The activities of banks should be based on the principle: "Low bank interest - allowable amount of loans issued - optimization of bank profits."
<i>Indicator of limitation of speculation with securities</i>		
3	Speculative transactions with securities, unreasonable overstatement or underestimation of stock prices (including growth or decrease of discount rates).	Denial of the principle of profit in any way, strict control over price policy on securities.
<i>Indicator of production optimization</i>		
4	Overproduction (surplus of goods and services) or underproduction (shortage of goods and services).	Regulation on the market the ratio of volume of supply with the volume of demand.
<i>Indicator of investment optimization</i>		
5	Speculative investment boom; investicational calm due to the unresponsibility of the economy (including the withdrawal of funds from foreign investors).	Regulation of investment policy on the basis of specialties of economies and prospects of regional innovation cooperation (at the level of economic organizations of the United Nations, the WTO).
<i>Indicator of optimization of world oil and gas prices</i>		
6	A consensual increase in oil prices on the world market and a decrease in oil production (maybe gas).	Avoid anti-market monopoly policy by one or a group of countries in one or another area of the economy (at the level of economic organizations of the United Nations or the WTO).
<i>Indicator of optimization of the ratio of key world currencies</i>		
7	"Currency game" (for example, free-floating currency; equating the value of one currency to another; unreasonable currency ratios; the absence of an "alternative basket of currencies"); "derivative game" ("speculative game") on the ratio of currencies.	"Global objectification" of the value of currencies, a tight regional (Europe, Asia, etc.) regulation of the ratio of currencies in a coin with 3-5 currencies.
<i>Indicator of the regulation of the impact and activities of the online trading network</i>		
8	The active launch of the elements of the "new global economy - the Internet Commerce Network" - is the unregulated spontaneous activity of Internet companies.	Regulation of activities of Internet companies, research on the volume of Internet commerce (control and analysis of the "virtual securities market").
<i>Indicator for taking into account the differentiation of GDP per capita</i>		
9	Global price policy does not take into account the differentiation of incomes in different countries (share of GDP) per capita.	Harmonization of market prices with market solvency: "price policy and solvency policy are non-discontinuous".
<i>Indicator of "offshore" of the world financial system</i>		
10	Transfer of significant amounts of funds to offshore areas without proper taxation in national economies.	Establishment of an international body for the investigation of such offshore activities for the purpose of returning funds to the national economy and prosecuting the incomes of related public entities.
B. MACROECONOMIC (NATIONAL) LEVEL OF ECONOMY		
<i>Indicator of dependence of the national economy on energy resources</i>		
1	The dependence of the Ukrainian economy on energy resources, in particular, a significant rise in Russian gas.	Development of own energy resource base, re-equipment of consumers for economical energy equipment, reduction of thoughtless consumption and search of alternative sources of energy resources.
<i>Indicator of reproductive opportunities and development of specialization of the economy</i>		
2	Limited reproductive opportunities of Ukrainian exports, especially in terms of development of the specialization of the Ukrainian economy in world markets.	Development, development and once again development of innovation-oriented economy taking into account the specialization of the Ukrainian economy in the world markets.
<i>Indicator for balancing exports and imports</i>		
3	Reasonable not enough and balanced commodity and structure of services of export and import.	"Earnings from export activities cannot be lower than import costs, and vice versa - export revenues should prevail over import costs".

Indicator of containment of price growth		
4	The growth of the "gallop" prices for consumer goods of consumer goods, energy (in particular, for gas, oil, gasoline), for real estate (houses, apartments), including land. "Halopovane" price growth significantly outpaced the growth of incomes. Or, in other words, in these market segments, prices have grown to world level and higher, and incomes remained 5-10 times lower than the average world income.	Price policy should be economically objective and linked to the real moves of citizens. Harmonization of the correlation of the growth of prices and incomes of citizens (at least in relation to the most important in terms of the viability of products and goods).
Indicator of equivalence to world bank interest rates and lending volumes		
5	The large, compared with the world, bank interest rates, excessive, can be said to be gambling, the seizure of banking policies regarding the supply of credit resources, created conditions for the emergence of a crisis in the financial sector of the economy.	The activities of banks should be based on the principle: "Low bank interest - allowable amount of loans issued - optimization of bank profits." The total size of the simultaneous (current - for a certain period of time) lending to the bank should not exceed the total amount of current profits, plus insurance reserves, which the bank is ready to take risks (without causing losses to customers).
Indicator of optimization of investment activity		
6	Lack of investment policy, rising prices, misleading inflation expectations, unjustified monetary emissions into the economy carried out by the government, unmanageable fiscal and economic policies. In particular, the questionable and uncontrolled is the payment of VAT, which allows you to receive shadow money without real external economic operations. Sometimes they can be clearly speculative.	Formation of economically informed effective and effective investment policy; price policy; emission policy; fiscal policy.
Indicator of coordinated government activity		
7	Inconsistency among themselves in terms of developing rules for the economy, branches of power - the Verkhovna Rada, the Cabinet of Ministers, the SPU, the NBU, as well as between the authorities of the central and regional levels.	The Constitution provides for the section "On inaction or uncoordinated activity of branches of power" - where to foresee new elections in the event of such a crisis situation (2014-2018 years).
Indicator of NBU's usefulness		
8	It is unclear, biased, ineffective activity of the NBU, insufficiently effective control over the movement of currency in the domestic and foreign economies. There is no current (perhaps daily) effective control over the balance of payments of the state. And he would have to be on a daily screen on the screen-panels.	The NBU should be controlled by the Parliament, the Cabinet of Ministers and an independent economic scientific advisory body with equal status and voice in decision-making.
Indicator of adjustment of the appropriate number of state apparatus		
9	Too large a bureaucratic apparatus, for example, the number of people's deputies in the Verkhovna Rada has been set up in the number of 450 people with a population of 52 million people. As of 2018, in comparison with 1991, the demographic situation in Ukraine has changed considerably in the direction of population decline, and now with a population of less than 45 million people. we continue to hold an unbelievably high-paid number of people's deputies - 450 people, ministers, judges, prosecutors.	Set the adjustment factor of the c-location of the state machine (for example: $CFA = 450 : 52000000 = 0.00000865$). That is, with the number of 46 million people. HHD (according to People's Deputies) = $45000000 \times 0,00000865 = 389$ people. Thus it is possible to regulate the size of the state apparatus along the entire vertical.
Indicator of reduction of differentiation in incomes of the population and the state apparatus		
10	Unjustified differentiation in the incomes of Ukrainians and the bureaucratic bureaucracy, this difference varies within 40 times (concerning incomes of people's deputies, senior heads of ministries, state committees, regional state administrations, etc.).	Link the revenues of the bureaucracy with the actual effectiveness of the state control; and on the other hand, to bring (reduce) the differentiation of incomes up to 4-5 times, as it is accepted, for example, in the EU countries.

Basic generalizations and conclusions. We investigated and presented the objective causes of economic crises and their cyclical nature. Also we traced the dynamics of global economic crisis and formulated the main sources (factors) of global economic crisis processes in the dynamics; compared the economic manifestations of the Ukrainian and world crises, presented the alternation of economic crises with periods of stabilization and rest of the economy, and developed regulatory indicators of stabilization and tranquility of the economy at its global and macroeconomic (national) levels.

Ten indicators at the global level of the economy: 1) Indicator of limitation of speculations with precious metals; 2) Indicator of optimization of bank interest rates and lending volumes; 3) Indicator of the limitation of speculation with securities; 4) Indicator of optimization of production; 5) Indicator of optimization of investments; 6) Indicator of optimization of world prices for oil and gas; 7) Indicator of optimization of the ratio of key world currencies; 8) Indicator of regulation of the influence and activity of the Internet commerce network; 9) Indicator of taking into account the differentiation of GDP per capita; 10) Indicator of "offshore" of the world financial system.

The ten indicators at the macroeconomic (national) level of the economy: 1) Indicator of the dependence of the national economy on energy; 2) Indicator of reproductive opportunities and the development of the specialization of the economy; 3) Indicator of balance of export and import; 4) Indicator of containment of price growth; 5) Indicator of equation to world banking interest rates and lending volumes; 6) Indicator of optimization of investment activity; 7) Indicator of the coordinated activity of the authorities; 8) Indicator of useful activity of the NBU; 9) Indicator of the regulation of the appropriate number of state apparatus; 10) Indicator of the reduction of differentiation in the income of the population and the state apparatus.

From the standpoint of economic reflexivity and cyclicity of global macroeconomic crisis processes, the creation of a "Ukrainian economic bicycle" is inappropriate and harmful. The main anti-crisis regulators of Ukrainian economy management:

a) "Ukrainian crisis stage" is 26 years old, it's time to change the political rules of economic management and social processes;

b) To work on eliminating the crisis of the Ukrainian factors of origin and on the development of objective rules and principles of economic management of them;

c) The currency corridor should be clearly regulated, and "sending" of the Ukrainian currency to "float" is even inadmissible and harmful;

d) In the event of an objective crisis situation in the state (including artificially created), the third-party liability should be incurred in relation to non-repayment of loans: the authorities, the bank and the client in equal shares; in the case when the state does not have a crisis situation - the responsibility for the repayment of one-sided loan - the client, in accordance with the agreement between him and the bank; the content of the agreement must be determined jointly: the client and the bank;

e) To introduce in the economic practice developed regulatory indicators of stabilization and rest of the economy at its global and macroeconomic (national) levels;

f) Ukrainians need to work harder on their intellectual level, including political and economic ones; this is especially relevant for today's students who will manage business structures and the state tomorrow;

g) State incentives are necessary for the main sources of foreign exchange earnings (\$ US, €, etc.) in Ukraine - foreign investments; export of goods and services; and state support for "Ukrainian workers" in the countries of Europe and the World;

h) State and market regulatory institutions are obliged to carry out continuous monitoring of the consequences of the global crises that have taken place and a positive tendency to solve the "Consumer Crisis" (2007) is a global and objective precondition for solving economic problems on national level [5,6,7].

The prospect of further research is to personify the consequences of crisis periods and especially positive examples of "stable and peaceful states of the global economy" within the framework of the Ukrainian national economic space.

References:

1. Bases of economic theory: [textbook] / [A.A. Chuchno, P.S. Yeschenko, G.N. Klymko and other]; after the release of A.A. Chuchno. - K.: Higher school, 2001. - 606 p.
2. Vasylenko V.O. Anticrisis management an enterprise [Electronic resource]: [train aid]. - [Edition of 2th, corrected and it is complemented].- K.: Center of educational literature, 2005. - 504 p. / Windows Internet Explorer / <http://library.if.ua/book/60/4200/html>.
3. Portfolio investing: Indexes of market of securities condition [Electronic resource]: Microsoft Internet Explorer / <http://library.if.ua/book/75/5391/html>.
4. Soros George. Soros about Soros. Passing ahead changes / Copoc George [translation from English]. - M.: Infra-m, 1996. - 336 p.
5. Punko Bogdan. Economic realization of global macroeconomic crisis processes / of B.M. Punko // Materials of allukrainian research and practice conference "Strategy of development of enterprise: theory, organization, practice". - Part 1. - Ternopil, TNEU, 2009. - P. 138-140.
6. Punko B.M. Economically unrealized management macroeconomic processes in Ukraine: materials of international research and practice conference the "Modern paradigm of management and Ostroz`k Bible" / of B.M. Punko. - Lviv, LNU of the name of Ivan Franco, 2009. - P. 84-85.
7. Punko B.M. Globalization of crisis as consequence process of globalization of economy: regulator indicators of stabilizing and calmness of economic processes / of B.M. Punko // Competitiveness in the conditions of globalization: realities, problems and prospects: materials of 3th international research and practice conference; for editing Sauch I.V. - Zhytomyr: Publishing house Zhytomyr state university the name of I. of Franco, 2009. - P. 14-20.

Sembiyeva L.M.,
Doctor of Economics, Professor
Beisenova L.Z.,
candidate of economic sciences, associate professor
Zhagiparova A.O.,
candidate of economic sciences, associate professor
Eurasian National University. L.N. Gumilev

Сембиева Л.М.,
доктор экономических наук, профессор
Бейсенова Л.З.,
кандидат экономических наук, доцент
Жагипарова А.О.,
кандидат экономических наук, доцент
Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева

NECESSITY OF STATE REGULATION OF INSURANCE MARKET

НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА

***Abstract.** This article examines the main aspects of the organization of state regulation of the insurance market, global trends in the development and regulation of the insurance market, the state of the insurance market in the Republic of Kazakhstan, the problems that have developed in modern conditions.*

***Keywords.** insurance, state regulation, supervisory authority, insurance premiums, insurance payments.*

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются основные аспекты организации государственного регулирования страхового рынка, мировые тенденции развития и регулирования страхового рынка, состояние страхового рынка Республики Казахстан, проблемы, сложившиеся в современных условиях.*

***Ключевые слова.** страхование, государственное регулирование, надзорный орган, страховые премии, страховые выплаты*

Постановка проблемы. Проблема регулирования страхового рынка является одной из наиболее актуальных в теории и практике современного отечественного страхования. Важность ее исследования связана с тем, что эта система до сих пор окончательно не сформировалась как объект государственного регулирования: меняется состояние самого страхового рынка, идет постоянное совершенствование нормативной базы страхования, происходят изменения в деятельности государственных регулирующих органов.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические аспекты функционирования страхового рынка являются сферой научных интересов

многих ученых и практиков. Существуют различные подходы и взгляды на сущность и роль страхового рынка в экономике, а также необходимость и возможность государственного регулирования данной составной финансового рынка [1], [2], [3]. Большой вклад в изучение и исследование вопросов функционирования страхового рынка внесли и казахстанские ученые [4]. [5], [8].

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Отношения в сфере страхования является важным сегментом рынка финансовых услуг, а поэтому требуют соответствующего экономического и административного регуляторного обеспечения на долгосрочную перспективу. Благодаря своей высокой социально-экономической значимости, страхование должно быть объектом пристального внимания нашего государства. И для осуществления этих действий в сфере страхования необходимы достаточные теоретические и практические исследования.

Цель статьи является исследование основных аспектов государственного регулирования страхового рынка и выявление сложившихся проблем и возможных путей их решения на основе анализа мировой практики и современного состояния страхового рынка РК.

Результаты исследования. Страхование, являясь одной из важнейших составляющих финансовой системы государства, не может исключаться из процесса глобальной экономической интеграции. На актуальность регулирования в сфере страхования оказывает тот факт, что глобализация деятельности в сфере страхования охватывает все без исключения национальные страховые системы.

Как известно, система государственного регулирования страхового рынка включает следующие составляющие [13]:

- 1) законодательство, регулирующее страховую сферу;
- 2) институциональную систему государственно-правового регулирования страхового рынка;
- 3) косвенные экономические регуляторы.

Анализ инструментов прямого и косвенного государственного воздействия на страховой рынок, которые применяются в зарубежной и отечественной практике, позволил сделать вывод о доминировании в значительной степени в их составе финансово-правовых инструментов, что обусловлено спецификой страхового бизнеса как особого вида финансового посредничества.

Как отмечают эксперты, эффективное регулирование страховой деятельности требует наличие ряда предпосылок, в частности:

- гибкая и динамично развивающаяся макроэкономическая политика;
- хорошо развитая инфраструктура страхового рынка;
- высокоорганизованный менеджмент компаний;
- финансовая прозрачность страховых институтов.

Страховой рынок как часть финансово-кредитной системы является объектом государственного регулирования во всех странах мира. При этом государство регулирует страховой рынок в комплексе, как единую систему. И,

ясно, что без этого функционирование рынка страховых услуг не представляется возможным.

Центральное место в системе регулирования страхового рынка любой страны занимают органы страхового надзора, которые имеют статус государственных органов исполнительной власти. Как показывает мировая практика, в разных странах органы страхового надзора могут подчиняться или включаться в структуру самых различных ведомств. Во многих странах Европы органы страхового надзора институционально обособлены и полностью независимы, в том числе во Франции (комиссия страхового контроля), Германии (федеральное ведомство по надзору за страховой деятельностью) и Швеции (страховой инспекторат). В США во всех штатах действуют отделы по надзору за страховыми операциями. В Великобритании эти функции возложены на департамент торговли и промышленности, входящий в его состав страховой отдел ведет практическую регулируемую деятельность. В Канаде, как и в России, регулирование страхового рынка производится структурами, подведомственными министерству финансов [12].

Как известно, основным показателем развития страхового рынка являются объемы и темпы роста реальных страховых премий. По данным аналитиков в 2016 году мировыми лидерами по этому показателю были США — \$1,35 триллионов страховых премий в год, Япония — \$471 миллиард, и Китай — \$466 миллиардов. Данных по итогам 2017 года еще нет, но аналитики полагают, что Китай скорее всего займет вторую строчку в рейтинге, вытеснив Японию. Это связывают с политикой правительства Китая, которое активно стимулирует покупку страховых полисов.

Также важным показателем развития страхового рынка выступает доля страховых премий в ВВП страны или региона. По этому параметру лидирует Тайвань, где страховые премии обеспечивают 19% ВВП, Гонконг (17-18%), ЮАР (14%), Южная Корея (13%) и Финляндия (12%) [11].

В отчете перестраховочной компании Swiss Re отмечается [10], что премии в развитых рынках вырастут на 2,1% в 2017 году и 2018 году, но основной движущей силой снова окажутся развивающиеся рынки, где стабилизация экономического роста, рост населения, урбанизация и рост среднего класса подкрепят позитивный прогноз. Премии по страхованию жизни в странах с переходной экономикой вырастут на 14,9% в 2017 году и на 10,9% в 2018 году, поддерживаемые устойчивым ростом накопительных продуктов, особенно в развивающихся странах Азии.

Улучшение цен на сырьевые товары и усиление экономической активности будет стимулировать увеличение спроса в секторе страхования со стороны развивающихся регионов. Развивающиеся страны Азии, вероятно, продемонстрируют самый сильный рост премий в сегменте страхования — почти на 8% в 2017 году и на 9% в 2018 году.

Ожидается, что в секторе страхования жизни рост премий будет значительно выше, чем в рисковом страховании — премии по страхованию жизни вырастут на 5,4%, 4,8% и 4,2% в 2016-м, 2017-м и 2018-м году соответственно.

Что касается ситуации на страховом рынке стран СНГ и Украины, то ведущие позиции занимают страховые рынки России и Украины. Если посмотреть на украинский страховой рынок в сравнении со странами СНГ, то на сегодняшний день на постсоветском пространстве и странах Балтии по объему операций он занимает второе место после России. До 2016 года объемы страховых премий, собираемых на рынке Украины, возрастали ежегодно почти вдвое. В 2016 году ситуация изменилась. По данным Государственной комиссии по регулированию рынков финансовых услуг объемы привлеченных страховщиками средств резко сократились. Показатель валовых страховых премий, собранных в течение 2017 года, уменьшился до 2,8 млрд. долл., что составляет 3,4% от ВВП. Уровень страхования в ВВП на Украине является самым большим среди стран СНГ по итогам 2017 года составляет 3,0%, но он все же меньше уровня, характерного для развитых стран (8 %-13%).

По данным интернет-журнала «Атлас страхования» [14] по уровню страховых премий на душу населения Украина значительно отстает от России и стран Европы, но находится в лидирующих позициях среди стран СНГ, если в Казахстане размер страховой премии на душу населения составляет \$86,4, в Украине \$81,6, Беларуси \$33, Азербайджане \$10,9, Узбекистане \$6,2.

В целом, если говорить о мировых тенденциях, на сегодняшний день лидерами по темпам роста страхового рынка считаются рынки развивающихся стран (Китай, Индия, Мексика, Индонезия, Вьетнам и др.). Рынки стран СНГ, в том числе Казахстана так же растут, но меньшими темпами.

Тем не менее, лидером по страхованию имущества и ответственности по-прежнему остаются США, которые занимают 46% мирового рынка.

Таким образом, как показало проведенное исследование зарубежного опыта развития страхового рынка, на страховых рынках зарубежных стран отчетливо проявляются тенденции увеличения роли страхования в социальной сфере, в области медицинского и пенсионного обеспечения, а также налогового стимулирования долгосрочного страхования жизни. Необходимо отметить, что подобный опыт был бы полезен при формировании стратегии развития страховой отрасли в Казахстане. Говоря о казахстанском страховом рынке, следует отметить, что опыт стран Центральной и Восточной Европы позволяет заключить, что для страхового рынка Казахстана, с его низкой емкостью и качеством, полезно иностранное участие, в данном случае можно ожидать сокращения перестрахования за рубежом, формирования подлинной конкурентной среды, преобразования уровня техники страховых операций и страховой культуры в целом, повышения финансовой стабильности рынка при инвестировании большей части страховых резервов в национальные активы, включая и государственные ценные бумаги.

Страховые компании в настоящее время на финансовом рынке Республики Казахстан являются наиболее молодым и перспективным финансовым институтом. На сегодня страховой сектор Казахстана представлен 32 страховыми (перестраховочными) организациями и 10 страховыми холдингами. Распространенные в международной практике индикаторы концентрации, в частности индекс Херфиндаля–Хиршмана, показывает, что

страховой сектор Казахстана по объему полученных страховых премий продолжает оставаться конкурентным рынком с низким уровнем монополизации [15]. При этом, отмечается тот факт, что значение индекса возрастает, начиная с 2014 года, что указывает на повышение уровня монополизации.



Рис. 1. Роль страхового сектора в экономике Казахстана

*Примечание - источник НБ РК, РА РФЦА [15, 16], * - прогнозные данные*

Прежде всего, следует отметить, что несмотря на то, что страховой рынок стремительно вырос с начала 2004 года, его роль в экономике страны все еще незначительна. Уровень проникновения страховых услуг по итогам 2017 года, оценивается как низкий, вырос незначительно. Так, доля страховых премий к ВВП Казахстана составили порядка 0,8%, что на 0,03% больше по сравнению с 2016 годом.

Доля активов страхового сектора к ВВП предполагается на уровне 1,9%-2%. Среднегодовой темп прироста активов в 2011-2014 составлял порядка 16%, в 2015 – 34% за счет валютной переоценки инвестиционных активов страховщиков. По итогам 2016 года прирост составил 3,8%, 2017 года порядка 7%-9%.

В валютном эквиваленте страховая премия на душу населения составляет около 65 долларов США. Показатель плотности страхования остается крайне низким ввиду низкого уровня дохода на душу населения.

В отношении темпа прироста страховых премий, РА РФЦА прогнозирует его значение на уровне 9,5%-10%. Несмотря на умеренный экономический рост и сдерживаемый уровень потребительской инфляции в пределах установленного коридора, волатильность национальной валюты, а также сокращение потребительского спроса и реальных доходов населения, обладающих некоторым отложенным по времени эффектом, будут являться основными сдерживающими факторами роста страхового сектора Казахстана.

Показатели состояния страхового рынка свидетельствуют о том, что в Казахстане заложены основы национального страхования, рынок находится в стадии развития, уровень которого существенно отстает как по

количественным показателям, так и по уровню развития страховой культуры от развитых стран мира.



Рис. 2. Реальный рост ВВП Казахстана и темпы прироста страховых премий

*Примечание - источник НБ РК, РА РФЦА [15, 16], * - прогнозные данные*

Выводы и предложения. Таким образом, анализ изменения структуры и динамики роста страховых премий и выплат позволяет нам сделать следующие выводы: данный сектор экономики находится на стадии роста. При этом, в ближайшей среднесрочной перспективе предполагается замедление темпов роста страхового сектора ввиду того, что экономика Казахстана начала постепенно восстанавливаться. Уровень инфляции и реальных доходов населения, свободно плавающий курс обменный национальной валюты будут оказывать давление на страховой портфель. Помимо этого, сохраняется сильная зависимость страхового рынка Казахстана от банковского и сырьевого секторов экономики. Однако можно отметить тенденцию смещающегося развития от корпоративной направленности в сторону розничного бизнеса.

Проведенное исследование показало, что несмотря на рассмотренные позитивные тенденции, имеются некоторые проблемы государственного регулирования рынка страховых услуг Республики Казахстан. Актуальными проблемами страхового рынка на данный момент являются недостаточная капитализация страховых организаций, сохраняющаяся высокая доля страховых премий, передаваемых за рубеж по каналам перестрахования, неразвитость долгосрочного страхования жизни.

Страховой портфель казахстанских страховщиков не отличается разнообразием [6].

На основании вышеизложенного, ключевые проблемы страховых организаций в сфере инвестиционной деятельности вызваны конкретной нестабильностью на казахстанском финансовом рынке, а также отсутствием у страховщиков аргументированной и отчетливой инвестиционной стратегии.

На сегодняшний день не в полной мере производится долгосрочное страхование жизни, которое позволяет аккумулировать значительные объемы ресурсов долгосрочного характера в силу таких причин как: недоверие граждан

к страховым организациям. Во-вторых, в ходе долгосрочного страхования жизни подразумевается постоянная уплата страховых взносов в течение всего срока действия страхового договора, а в случае неуплаты взносов в течение определенного промежутка времени обозначает прерывание страхового договора. В итоге, такая важная отрасль страхования, как страхование жизни остается невостребованной.

Таким образом, с целью развития инвестиционной деятельности страховых организаций в сторону формирования инвестиционного портфеля, во-первых, следует создать подходящую ситуацию на финансовом рынке, обеспечить рынок большим числом различного рода финансовых инструментов, обеспечить «прозрачность» рынка ценных бумаг. Касательно самих страховых организаций следует развитие отрасли страхования жизни, т.к. это привлечет долгосрочные ресурсы, трансформируемых в будущем в долгосрочные инвестиции в ценные бумаги, а также нужно повышение инвестиционного потенциала страховых организаций и повышение его эффективного применения.

С развитием страхового дела все большее значение обретает наличие развитой инфраструктуры государственного регулирования страхового рынка, на основании чего, требуется законодательное закрепление полномочий таких участников страхового рынка, как сюрвейеров, андеррайтеров, аварийных комиссаров, и т.д. Развитие указанных участников рынка обусловлено необходимостью осуществления точной оценки страхуемых рисков и величины вреда, причиненного в ходе наступления страхового случая.

Значительным этапом развития страхового сектора будет дальнейшее совершенствование деятельности институтов гарантирования, приведения ее в соответствие с мировым опытом. С целью обеспечения сохранности и приумножения сумм резерва гарантирования необходимо расширения списка финансовых инструментов, разрешенных для их инвестирования.

В ближайшее время ситуация на страховом рынке Казахстана, вероятно, не улучшится. Страховые компании будут находиться в сложном финансовом положении и без стабилизации всей экономической системы ситуация на страховом рынке Казахстана не изменится к лучшему.

Библиографические ссылки:

1. Гомелля В.Б. Очерки экономической теории страхования / В.Б. Гомелля; под ред. Е.В. Коломина. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 352 с.
2. Дэвид Бланд. Страхование: Принципы и практика. Учебное пособие. Издательство «Финансы и статистика», 2008. – 413 с.
3. Дэвид Дж. Речман, Майкл Х.Мескон и др. Современный бизнес. – М., Издательство «Республика», 2010, часть 2. - 479 с.
4. Жуйриков К. К. Проблемы финансов и страхования на современном этапе развития // Банки Казахстана. - 2012. - № 5. - С. 31-35.
5. Исаков У.М., Бохаев Д.Т., Рузиева Э.А. Финансовые рынки и посредники: Учебник. - Алматы: Экономика, 2005. - 298 с.

6. Клиентоориентированный подход и стратегия CRM как основы поддержки и развития продаж страховой компании// "Организация продаж страховых продуктов", 2007, N 5
7. Комлева Н.А., Янин А.Е., Самиев П.А, - Обзор рынка услуг страховых брокеров: на пути к цивилизованному рынку / Комлева Н.А., Янин А.Е., Самиев П.А // Эксперт РА. - 2012. – С.33-40
8. Маянлаева Г.И. Страхование жизни - потенциал развития страхового рынка Казахстана // Труд в Казахстане: проблемы, факты, комментарии. – 2008, №7 (115). - С.12-16
9. Романова А.А., Улыбина Л.К. Состояние и перспективы развития мирового страхового рынка// <http://eee-region.ru/article/5202/>
10. Отчет перестраховочной компании Swiss Re «Global insurance review and outlook for 2017/2018» // <https://parasol.ua/news/153>
11. Сергей Катаргин. Глобальный рынок страхования - обзор текущей ситуации//<https://vc.ru/31955-globalnyy-rynok-strahovaniya-obzor-tekushchey>
12. Экономов С.Г. Состояние европейского страхового рынка и его особенности в новых странах ЕС / Экономов С.Г. // Тенденции развития Европейского рынка страховых услуг в условиях расширения ЕС. - 2012. - С.9 – 11
13. Юленкова И.Б и др. Страхование предпринимательской деятельности в условиях инновационного развития экономики: теория, методология, практика: Монография / Под общ. ред. И. Б. Юленковой // - Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012. - 76 с.
14. Интернет-журнал «Атлас страхования»// www.insur-info.ru/orgsandcomps/206/
15. Данные официального сайта Рейтингового агентства РФЦА. Режим доступа: rfcaratings.kz
16. Данные официального сайта Национального банка РК. Режим доступа: <http://nationalbank.kz>

References:

1. Gomell's VB. Essays on the economic theory of insurance / VB. Gomell; Ed. E.V. Kolomin. - Moscow: Finance and Statistics, 2010. - 352 p.
2. David Bland. Insurance: Principles and practice. Tutorial. Publishing house "Finance and Statistics", 2008. - 413 p.
3. David J. Rechman, Michael H. Meskon and others. Modern business. - M., Publishing house "Respublika", 2010, part 2. - 479 p.
4. Zhuyrikov KK Problems of finance and insurance at the present stage of development // Banks of Kazakhstan. - 2012. - № 5. - P. 31-35.
5. Iskakov UM, Bohaev DT, Ruzieva E.A. Financial Markets and Mediators: A Textbook. - Almaty: Economy, 2005. - 298 p.
6. Client-oriented approach and CRM strategy as the basis for support and development of sales of the insurance company // "Organization of sales of insurance products", 2007, N 5

7. Komleva NA, Yanin AE, Samiev PA, - Review of the insurance brokerage services market: on the way to a civilized market / Komleva NA, Yanin AE, Samiev P.A. // Expert RA. - 2012. - P.33-40
8. Mayanlaeva G.I. Life insurance - the development potential of Kazakhstan's insurance market // Work in Kazakhstan: problems, facts, comments. - 2008, No. 7 (115). - P.12-16
9. Romanova AA, Uliybina L.K. The state and prospects of development of the world insurance market // <http://eee-region.ru/article/5202/>
10. Reinsurance company Swiss Re report "Global insurance review and outlook for 2017/2018" // <https://parasol.ua/news/153>
11. Sergey Katargin. Global insurance market - review of the current situation // <https://vc.ru/31955-globalnyy-rynok-strahovaniya-obzor-tekushchey>
12. Economov SG The state of the European insurance market and its features in the new EU countries / Economov SG // Trends in the development of the European insurance services market under conditions of EU enlargement. - 2012. - C.9 – 11
13. Yulenkova IB, etc. Insurance of entrepreneurial activity in the conditions of innovative development of the economy: theory, methodology, practice: Monograph / Under total. Ed. IB Yulenkova // - Saransk: Mordov Publishing House. un-ta, 2012. - 76 p.
14. Internet-magazine "Atlas of insurance" // www.insur-info.ru/orgsandcomps/206/
15. Data of the official site of the RFCA Rating Agency. Access mode: rfcaratings.kz
16. Data of the official website of the National Bank of the Republic of Kazakhstan. Access mode: <http://nationalbank.kz>

УДК 338.48
Jel Classification Z3, Z32

Semenov V.F.,
PhD, professor
Niecheva N.V.,
PhD, teacher
Odessa State economic university

Семенов В.Ф.,
д.е.н., професор
Нєчева Н.В.,
к.е.н., викладач
Одеський національний економічний університет

Семёнов В.Ф.,
д.э.н., профессор
Нечева Н.В.,
к.э.н., преподаватель
Одесский национальный экономический университет

THE PRIORITY OF INBOUND INTERNATIONAL TOURISM IN THE CONTEXT OF THE TASKS OF REGIONAL DEVELOPMENT

ПРІОРИТЕТИ В'ЇЗНОГО МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

ПРИОРИТЕТЫ ВЪЕЗДНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ЗАДАНИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

***Abstract.** The article deals with the prerequisites for the formation of regional systems of incoming international tourism, especially its formation and role in the expansion and intensification of international economic relations of Ukraine.*

***Key words:** inbound tourism, international tourism, regional development, regional system.*

***Анотація.** У статті розглядаються передумови формування регіональних систем в'їзного міжнародного туризму, особливості його становлення і ролі у розширенні та інтенсифікації міжнародних економічних відносин України.*

***Ключові слова:** в'їзний туризм, міжнародний туризм, регіональний розвиток, регіональна система.*

***Аннотация.** В статье рассматриваются предпосылки формирования региональных систем въездного международного туризма, особенности его становления и роли в расширении и интенсификации международных экономических отношений Украины.*

***Ключевые слова:** въездной туризм, международный туризм, региональное развитие, региональная система.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Міжнародний туризм є одним з перспективних напрямів розвитку світового господарства. В умовах трансформації економіки України підвищення ефективності функціонування цієї галузі набуває особливої актуальності, беручи до уваги її вплив на прибутковість та розвиток різних сфер суспільного виробництва, розв'язання широкого спектра соціально-економічних проблем країни.

Виходячи з положення про те, що явище туризму стимулює розвиток підприємств чи не в усіх галузях економіки, що більшість з цих галузей є або умовою, або ресурсом, або середовищем існування туризму, тобто комплексують галуззю, головним чином на рівні регіону, то напевне можна говорити про формування регіональних рекреаційно-туристичних комплексів з метою виробництва національного туристичного продукту для міжнародного в'їзного туризму, конкурентоспроможного на світовому ринку. Регіональний розвиток системи міжнародного туризму України протягом тривалого часу не був предметом спеціальних наукових досліджень. Зокрема, у вітчизняній економічній літературі не вивчалися у повній мірі передумови формування регіональних систем в'їзного міжнародного туризму, особливості його становлення і ролі у розширенні та інтенсифікації міжнародних економічних відносин нашої країни.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Кількісні та якісні зміни, що відбуваються в процесі розвитку та вдосконалення регіональних систем в'їзного міжнародного туризму потребують наукового осмислення та практичного вирішення засобами регіональної політики. Багато зарубіжних і вітчизняних вчених зробили свій внесок у розвиток теорії та практики функціонування регіональних систем туризму. Концептуально інституційні й інноваційні аспекти розвитку регіональних систем в'їзного міжнародного туризму в умовах глобалізації та інтеграції світових економічних процесів вирішувались в роботах вітчизняних і зарубіжних науковців: Г.П. Андрєєвої, Р. Браймера, Дж. Боуена, П.В.Гудзя, О.І. Гонти, М.А. Дудченка, П. Ебергардта, М.Б. Біржакова, В.А. Квартальнова, О.Корогодової, Ф. Котлера, В.Ф.Семенова, Д.М. Стеценка О.С. Дж. Уокера та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми і постановка завдання. Невирішеними питаннями залишаються подальші пошуки ефективних принципів, методів та інструментів регулювання наявних регіональних систем і комплексів рекреаційного призначення, фінансове ресурсозабезпечення регіонального розвитку з використанням нових форм та інструментів становлення сучасних комплексів сфери послуг, до яких входять рекреаційно-туристичні послуги.

Існує також потреба наукового обґрунтування підвищення ефективності інституційних та правових засад формування регіональних систем міжнародного туризму в Україні, вивчення та переосмислення досвіду регіональної та транскордонної взаємодії нових інноваційних форм розвитку сфери послуг у сучасних умовах господарювання і спрямованості стратегічного курсу України на широку інтеграцію у світове господарство і Європейський Союз.

Потребують поглиблення комплексного дослідження і аналізу регіональні системи в'їзного міжнародного туризму в Україні, його структурних складових, інструментаріїв та базових категорій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Попит на туристичні послуги постійно зростає завдяки глобалізації, соціально-економічним і технологічним факторам (розвиток транспортної інфраструктури, електронного зв'язку та телекомунікацій, зростання мобільності населення, зміна структури споживання). З плином часу туризм практично безперервно зростає, незважаючи на випадкові потрясіння, демонструючи силу та стійкість. Сьогодні міжнародний туризм становить 7% світового експорту товарів і послуг, йому належить 6% робочих місць, 11% споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень.

Туризм є одним із найприбутковіших видів бізнесу: щорічний приріст інвестицій складає 35%, а загалом на індустрію припадає близько 7% усього обсягу інвестування. З 1995 року обсяги в'їзного туризму стабільно зростають щороку на 3,5% і в 2016 р. сягнули 1 235 млрд прибуттів, що дозволило отримати понад 1,5 трильйони дол. США доходів (близько 7% загального обсягу світового експорту товарів та послуг). Туризм протягом останніх п'яти років зростає швидше, ніж світова торгівля. Міжнародні надходження від туризму збільшилися з 25 мільйонів в глобальному масштабі в 1950 році до 278 мільйонів в 1980 році, 674 мільйона в 2000 році і 1235 мільйонів на 2016 році.

Витрати іноземних відвідувачів на проживання, харчування, розваги, різні покупки та інші послуги у туристичних напрямках досягли 1220 млрд. доларів (євро 1,102 млрд.дол. США) у 2016 році. За даними світової туристичної організації, доходи від міжнародного туризму, одержувані по всьому світу, збільшилися з 2 млрд. дол. США в 1950 році до 104 млрд. дол. США в 1980 році, 495 млрд. дол. США в 2000 році і 1220 млрд. дол. США в 2016 році. [6].

Як світова категорія експорту, туризм посідає третє місце після хімічних речовин та палива і попереду автомобільної продукції та продуктів харчування. У багатьох країнах, що розвиваються, туризм є провідною категорією експорту. Для країн, що розвиваються в цілому, туризм становить 40% експорту послуг, при середньому світовому показнику значно 30%. Туризм є все більш важливим компонентом диверсифікації експорту, як для нових так і для розвинених економік, і часто демонструє потужну компенсацію для посилення експортних надходжень від товарів і нафтопродуктів країн-експортерів. [1, с.42].

Туристична індустрія стала невід'ємною частиною економіки більшості країн світу; їй притаманні швидке та стабільне зростання показників вкладу у ВВП та зайнятість, значні обсяги інвестицій і кількості міжнародних туристів, освоєння нових туристичних напрямів. Туризм у теперішньому глобалізованому світі не прив'язаний до окремої географічної території, його ринки в умовах використання спільного простору різними державами вже давно перестали бути національними.

Перед Україною постала гостра проблема адаптації досвіду зарубіжних країн щодо механізмів формування регіональних транскордонних туристичних систем. На тлі такої фесеричної картини розвитку світового туризму [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**3]. Україні притаманні досить низький рівень розвитку туристичної сфери, стійка тенденція до скорочення кількості внутрішніх і прибулих з-за кордону туристів та збільшення обсягів виїзного туризму.

Так, щорічна кількість внутрішніх туристів протягом 2000-2016 рр. зменшилася майже утричі, а іноземних – у десять разів. Натомість кількість виїзних (закордонних) туристів майже у десять разів зростає. Соціально-економічні негаразди, нерозвинена інфраструктура, вузький асортимент послуг та їхня низька якість спричиняє ситуацію, коли Україна, як місце для туризму, стає все менш привабливою не лише для іноземних, але і для власних громадян. Якщо протягом останніх 60 років економічні показники сфери туризму у світі стабільно зростають на 5-6% щороку, то в Україні картина виглядає дещо інакше.

Так, опублікований у 2010 р. на Світовому Економічному Форумі індекс конкурентоспроможності туризму для нашої країни складав лише 3,8 бала з 7 можливих, а Україна була поміщена на 77-му рейтингову позицію серед 133-х досліджуваних туристичних регіонів. У 2017 році згідно з рейтингом Україна за індексом конкурентоспроможності туризму посіла у світі 88 місце зі 136. Такий стан і таке погіршення динаміки рейтингу пояснюється зниженням туристичної привабливості держави, недостатнім розвитком комплексу національних туристичних послуг. Відповідний рейтинг конкурентоспроможності сфери обраховується кожні два роки, а методологічно ґрунтується на індексі, що інтегрує 90 кількісних та якісних показників, об'єднаних у чотири блоки: економіку, політику управління, інфраструктуру, культурні і природні ресурси.

Структурно цей рейтинг складається з багатьох показників, за якими у нашої країни різні місця, але майже усі вони досить невтішні. Найбільш проблемними питаннями у сучасних умовах залишаються недосконалість та неефективність управління підприємствами галузі туризму в Україні. Також в Україні низький показник безпеки туристів, що пояснюється загальним неспокоєм у державі, чередою терористичних актів, військовими діями на сході, окупованими територіями, які були досить вагомими для нашого туристичного ринку, і, відповідно, впливали на рейтинг конкурентоспроможності у світі. Рейтинг наш також не підвищується і через недоліки екологічного законодавства та його порушення. Так Україна вимушена постійно вирішувати складні проблеми екологічної рекультивациі більшості гірничодобувних районів, що були збудовані у попередні епохи екстенсивного розвитку промисловості і ресурсномістких технологій: тут накопичилась величезна маса відходів, що являють собою сьогодні техногенний екодеструктивний ресурс, що не сприяє популяризації вітчизняного туристичного продукту.

Негаразди туристичної сфери проявляються і у зв'язку з відсутністю пріоритету галузі туризму у соціально-економічній розбудові країни, із

неефективністю маркетингу регіонів і їхнього брендингу, що мав би приваблювати туристів. В'їзні туристичні потоки України залишаються достатньо обмеженими, а відвідання більшості туристичних центрів короткостроковими, носять екскурсійний, а не туристичний характер (табл.1).

Таблиця 1

Позиції України у світі за індексом конкурентоспроможності туризму, 2017 р.

Загальносвітовий рейтинг України - 88 серед 136 досліджуваних туристичних регіонів							
Економіка		Політика та управління		Інфраструктура		Природні та культурно-історичні ресурси	
Показник	Рейтинг	Показник	Рейтинг	Показник	Рейтинг	Показник	Рейтинг
Умови ведення бізнесу	124	Податковий тиск підприємницьку діяльність	122	Авіасполучення	79	Стан природних ресурсів	115
Безпека	127	Відсутність пріоритету розвитку туризму для держави	122	Круїзний туризм(морський, річковий, озерний, залізничний)	81	Частка природоохоронних територій	121
Охорона здоров'я	8	Конкурентоспроможність цін	45	Туристичні послуги	71	Привабливість елементів довкілля	105
Людські ресурси, ринки праці	41	Конкурентоспроможність якості надання послуг	90	Ефективність заходів з маркетингу і брендингу територій задля приваблення туристів	103	Культурно-історичні ресурси та ділові поїздки	52
Інформаційно-комунікаційні ресурси	81	Втрати від туризму через недоліки екологічного законодавства	110	Низький показник безпеки туристів	127	Дотримання принципів сталого розвитку туризму	97

*джерело [5, с. 331]

Ці та інші показники індексу підтверджують актуальність напрямку на оновлення національної стратегії розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Цьому сприяють тенденції на сучасному ринку туристичних продуктів, де формується комплексний пакет товарів і послуг, які потенційно можуть стати об'єктом споживання туриста. Розвиток економіки дозволяє вкладати інвестиції в індустрію гостинності, створювати туристичну інфраструктуру, забезпечувати високу якість туристичного сервісу завдяки формуванню

регіональних рекреаційно-туристичних комплексів, в яких системно б вирішувалась ситуація з в'їзним міжнародним туризмом в нашій державі.

Регіональний рекреаційно-туристичний комплекс пов'язаний з більшістю виробничих галузей економіки регіону і за своєю суттю обумовлює мультиплікативну дію туризму, яка вимірюється чотирма мультиплікаторами: виробництва (додаткове виробництво за рахунок збільшення витрат туристів), продажу (додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів); доходів (додаткові доходи у вигляді заробітної плати, орендної плати, відсотків від позичок і прибутку), зайнятості (кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів) [Ошибка! Источник ссылки не найден.3].

Найбільш розвинутими в Україні залишаються рекреаційно-туристичні комплекси таких регіонів як м. Київ, Львівська та Одеська області. Не змінюються і місця Дніпропетровської і Харківської областей, які зі значним відривом йдуть вслід за першою трійкою лідерів в'їзного міжнародного туризму України.

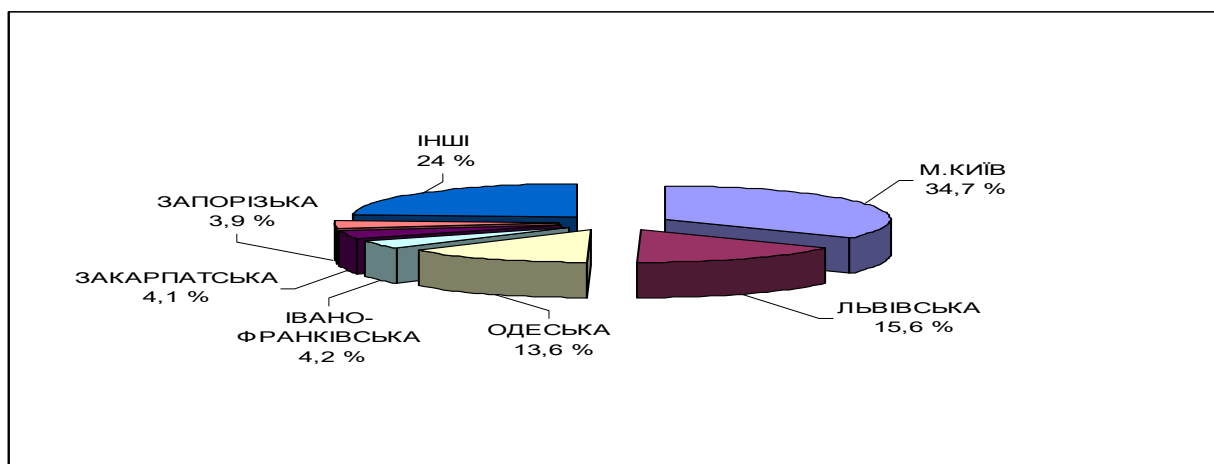


Рис. 1. Питома вага туристичного збору у загальному обсязі надходжень відповідних місцевих бюджетів за 2016 рік, у розрізі областей)[Ошибка! Источник ссылки не найден.7]

Туристичні фірми Києва щорічно обслуговують третину із понад 120 країн світу, що відвідують Україну і майже дві третини співвітчизників, що подорожують за кордон. Іншим підтвердженням провідних позицій перших трьох туристичних регіонів є те, що на Київ припадає 34,7 % надходжень від сплати туристичного збору, що надійшли до місцевих бюджетів, понад половини всіх онлайн-бронювань різних типів готелів і інших засобів розміщення, на Львівську область – 15,6 % надходжень від сплати туристичного збору, 17% онлайн-бронювань різних типів готелів і інших засобів розміщення, на Одеську область – 13,6 % надходжень від сплати туристичного збору, 11% онлайн-бронювань різних типів готелів і інших засобів розміщення.

Слід також сказати, що надходження від сплати туристичного збору невинно зростають у багатьох областях: в м.Київ-на 50,1 %,у Львівській обл – на 42,3 %, У Одеській 120бл.—на 50,8 % , у Херсонській обл. – на 75,7 % [7].

Багато регіонів України з низьким рівнем розвитку інфраструктури, володіючи потенціалом для розвитку туризму (Закарпатська Херсонська, Полтавська, Чернігівська й інші області), мають слабкі інфраструктурні системи які стримують розвиток в них туризму.

Отже, позитивно оцінюючи потенціал в'їзного міжнародного туризму, автори наголошують на необхідності підвищення регіональних аспектів його розвитку, ефективної реалізації державної туристичної політики та максимального стимулювання всебічного використання рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів, переваг їхніх брендів і місць розташування. Для організації туристичної діяльності в Україні, метою якої є виробництво і реалізація конкурентоспроможного на світовому ринку національного туристичного продукту, доцільним є формування регіональних рекреаційно-туристичних комплексів.

Особливої уваги з боку держави потребує фінансова підтримка інфраструктури туризму, безпека туристичних регіонів,охорона пам'яток, музейна справа, розвиток рекламно-інформаційного забезпечення туристичної індустрії, сучасних електронних комунікацій та доступність явищ української культури в глобальній мережі. Саме за таких умов в'їзний туризм може стати джерелом значних прибутків і значущою сферою економіки України.

Бібліографічні посилання:

1. Колесніченко В. С., Управління регіональним розвитком туризму в сучасних умовах/ Колесніченко В. С., Семенов В. Ф. //Регіональна економіка та управління,№ 6 (13) грудень 2016 р.,с.40-46.
2. Литовченко І.Л. Фактори конкурентоспроможності курортно-рекреаційних підприємств на ринку послуг / І.Л. Литовченко, В.Ф. Семенов // Науковий Вісник БДФЕУ. Серія: Економічні науки. – 2015. – Вип.1 (28). - С. 77-89. .
3. Семенов В.Ф. Умови і сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі/ Семенов В.Ф., Фадєєва Г.І. Регіональна економіка та управління,№ 5 (18), Запоріжжя, 2017.- С.149-156.
4. Семенов В.Територіальні умови і стратегії розвитку туризму в регіонах/ Семенов В.Ф.,Басюк//Вісник Одеського національного університету ім.Мечникова.Одеса:ОНУ,2014,т.19,вип..1/2,с.78-81.
5. Семенов В.Ф. Основні схеми і напрями регулювання сфери рекреації і туризму в країнах ЄС/ Семенов В.Ф., Набієва А.Е.// Економічний аналіз, Тернопіль,ТНЕУ,Том 27, № 4,2017.-С. 83-90.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future / World Economic Forum. – World Economic Forum, Geneva, 2017. – 387 p.,

7. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
8. 7.Державна служба статистики України. Інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 році. [Електронний ресурс] : Режим доступу - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References:

1. Kolesnichenko V. S., Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu v suchasnykh umovakh/ Kolesnichenko V. S., Semenov V. F. //Rehionalna ekonomika ta upravlinnia,№ 6 (13) hruden 2016 r.,s.40-46.
2. Lytovchenko I.L. Faktory konkurentospromozhnosti kurortno- rekreatsiinykh pidpriemstv na rynku posluh / I.L. Lytovchenko, V.F. Semenov // Naukovyi Naukovyi visnyk BDFEU. Serii: Ekonomichni nauky. – 2015. – Vyp.1 (28). - S. 77-89. .
3. Semenov V.F. Umovy i suchasni trendy rozvytku dilovoho turyzmu v Ukraini i sviti/ Semenov V.F., Fadieieva H.I. Rehionalna ekonomika ta upravlinnia,№ 5 (18), Zaporizhzhia, 2017.- S.149-156.
4. Semenov V.Terytorialni umovy i stratehii rozvytku turyzmu v rehionakh/ Semenov V.F.,Basiuk//Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu im.Mechnykova.Odesa:ONU,2014,t.19,vyp..1/2,s.78-81.
5. Semenov V.F. Osnovni skhemy i napriamy rehuliuвання sfery rekreatsii i turyzmu v krainakh YeS/ Semenov V.F., Nabiieva A.E.// Ekonomichniy analiz, Ternopil,TNEU, Tom 27, № 4,2017.-S. 83-90.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future / World Economic Forum. – World Economic Forum, Geneva, 2017. – 387 p.,
7. Ofitsiinyi sait Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii (UNWTO World Tourism Organization) [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <http://www.world-tourism.org>
8. 7.Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Informatsiia shchodo pokaznykiv rozvytku sfery turyzmu ta kurortiv u 2016 rotsi. [Elektronnyi resurs] : Rezhym dostupu - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 311:070

JEL Classification: L82

Sukhorukova Olga

Ph.D., Associate Professor

National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic institute»

Сухорукова О.А.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

Сухорукова О.А.

к.е.н., доцент

Национальный технический университет Украины

«Киевский политехнический институт им. Игоря Сикорского»

PROBLEMS OF STATISTICAL ACCOUNT IN THE MEDIAINDUSTRY

ПРОБЛЕМИ СТАТИСТИЧНОГО ОБЛІКУ У МЕДІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ

ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА В МЕДИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

***Abstract.** The article studies the methodology of statistical accounting in the global media industry and the impact of technological, organizational and structural changes. The characteristic of the state statistical accounting in various countries of the world, statistics of international organizations and consulting firms is presented. The problems of their application are revealed. In modern conditions, the media industry statistics must take into account media product transformation; features of income generation; interpenetration of media and entertainment industries; distribution of new media; blurring the boundaries between the institutionalized and non-institutionalized media sphere; development of self-publishing; promising scientific and technical changes.*

***Keywords:** mediaindustry, classifier, statistical model, WIPO, UNESCO, UNCTAD, convergence, account*

***Анотація.** У статті досліджується методологія статистичного обліку світової медійної індустрії та вплив на неї технологічних, організаційних та структурних змін. Подана характеристика особливостей державного статистичного обліку у різних країнах світу, статистики міжнародних організацій, консультативних фірм; виявлені проблеми їх застосування. В сучасних умовах статистика медіаіндустрії має враховувати трансформації медійного продукту; особливості отримання доходу; взаємопроникнення медійних та розважальних галузей; поширення нових медіа; розмивання кордонів між інституціоналізованою та неінституціоналізованою медійною сферою; розвиток самопублікацій; перспективні науково-технічні зміни.*

***Ключові слова:** медіаіндустрія, класифікатор, статистична модель, ВОІВ, ЮНЕСКО, ЮНКТАД, конвергенція, облік*

Аннотация. В статье исследуется методология статистического учета мировой медийной индустрии и влияние на нее технологических, организационных и структурных изменений. Представлена характеристика особенностей государственного статистического учета в различных странах мира, статистики международных организаций, консультативных фирм; выявлены проблемы их применения. В современных условиях статистика медиаиндустрии должна учитывать трансформации медийного продукта; особенности получения дохода; взаимопроникновение медийных и развлекательных отраслей; распространение новых медиа; размывание границ между институционализированной и неинституционализированной медийной сферой; развитие самопубликаций; перспективные научно-технические изменения.

Ключевые слова: медиаиндустрия, классификатор, статистическая модель, ВОИВ, ЮНЕСКО, ЮНКТАД, конвергенция, учет

Постановка проблеми. Медійна індустрія об'єднує телебачення і радіомовлення; кіновиробництво; музичну індустрію; видавництво та збут друкованої продукції; інтернет-медіа; відеоігри. Через активний розвиток нових медіа, зміну умов функціонування медіаіндустрії, тісну взаємодію з іншими секторами креативної економіки межі медіаринків та склад медіаіндустрії змінюються. Нагальною проблемою наукових та маркетингових досліджень є формування методологічної основи статистики розвитку глобального, регіонального та місцевого медійних ринків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В наявних дослідженнях проблем обліку медійної індустрії розглядаються підходи до побудови офіційного статистичного обліку в окремих країнах світу, проте відсутня інформація щодо можливостей використання вторинних джерел для дослідження світового медійного ринку [1;2]. Вплив технологічних, економічних, соціальних змін на методику статистичного обліку у медіаекономіці у науковій та практичній літературі не досліджується. Таким чином, **метою дослідження** є характеристика та оцінка методичної основи статистичного обліку та аналізу світової медіаіндустрії, виявлення проблем, що виникають у зв'язку з трансформаціями у медіаіндустрії.

Основний матеріал. Офіційна комплексна статистика діяльності медійної індустрії у різних країнах світу не ведеться через складність структури галузі та відсутність коректних юридичних критеріїв визначення. Методичною основою офіційної статистики більшості країн та України, зокрема, є Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності, розроблену статистичними органами ООН (англ. International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, ISIC). Об'єктами класифікації в ній є види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців (далі – суб'єкти), що їх на вищих рівнях класифікації групують у галузі. Медійна діяльність як окремий вид діяльності не виділена.

Групи підприємств медіаіндустрії за вищезазначеною класифікацією мають шифри видів економічної діяльності, що відповідають як мінімум 6 розділам класифікатора (С «Переробна промисловість», J «Інформація та телекомунікації», G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів», Н «Транспорт, складське господарство, пошта та

кур'єрська діяльність», R - діяльність у галузі культури, мистецтва та розваг, M «Професійна, наукова та технічна діяльність») [1]. Подібна статистична класифікація застосовується у країнах ЄС (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, NACE Rev.2, 2006 p.), Великобританії (UK Standard Industrial Classification of Economic Activities, UKSIC (2007)), КНР (Industrial Classification for National Economic Activities, ICNEA), Україні (КВЕД-2010) [3].

У країнах об'єднання НАФТА прийнята відмінна від вищерозглянутої Північно-американська система класифікації виробничої діяльності (North American Industry Classification System, NAICS, 2012 p.), у якій відсутні шифри видів діяльності, для класифікації використовуються коди; різні види медійної діяльності у класифікаторі роз'єднані. Наприклад, виробництво поліграфічної продукції та тиражування інших записів має код 3231; інформаційне та культурне виробництво – видавнича діяльність, кіновиробництво тощо - 51; мистецтво, розваги, відпочинок – 71 [4].

Облік діяльності окремих складових медійної індустрії ведеться водночас у складі так званих «креативних індустрій». Наприклад, згідно моделі ЮНЕСКО Framework for Cultural Statistics, FCS, 2009 p. ведеться статистика випуску продукції, зайнятості, міжнародної торгівлі культурними товарами і послугами [5]. Облік медійного виробництва за цією моделлю здійснюється за секторами D. Друковані видання (електронні обліковуються у сфері Інтернет-послуг); E. Аудіовізуальні та інтерактивні медіа, в т.ч. відеоігри; F: Дізнай та креативні послуги (зокрема, реклама).

В той же час в основу обліку міжнародної торгівлі креативною продукцією та послугами ЮНКТАД покладено модель інституту статистики ЮНЕСКО 2005 року. З 4 секторів, представлених у моделі, облік медіапродукції ведеться за 3-ма розділами: (1) основні культурні товари (зокрема, культурна спадщина, книжкова продукція, газетна та журнальна продукція, аудіовізуальні товари); (2) основні культурні послуги – аудіовідеопослуги та платежі по авторських правах та ліцензіях; (4) Супутні культурні послуги - інформаційні послуги, рекламна та архітектурна діяльність тощо[6].

У статистичних дослідженнях Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) використовується підхід, згідно якого оцінюються результати діяльності індустрій авторського права (Copyright Industries). Медіаіндустрія обліковується за 2-ма (з 4 секторів): (1) «основна індустрія авторського права» («core copyright») - видавнича справа, кіно- та телевиробництво, телебачення та радіомовлення, звукозапис, програмне забезпечення, в т.ч. відеоігри); (3) підтримуючі галузі («Non-dedicated support industries»), задачею яких є забезпечення постачання споживачам продукції, захищеної або незахищеної авторським правом (транспортна, телекомунікаційна, торговельна інфраструктура) [7].

Бюро економічного аналізу США при департаменті комерції використовує модель ACPISA (модель обліку виробництв культурної та мистецької продукції), у ній діяльність медійних підприємств, а також

державних органів, інфраструктура, обліковується у розділі (2) «підтримуючі галузі» (Supporting Arts and Cultural Production) [8].

Порівняння статистичних даних з різних джерел вказує на значні розходження та неспівставимість показників. Наприклад, за даними ВОІВ обсяг продукції, випущеної «основною індустрією авторського права» («core copyright») США у 2014 р. складав 1166 млрд. дол., чисельність зайнятих – 5 421 тис. ос., експорт продукції – 165,4 млрд. дол (7). В той же час за моделлю АСПСА випуск продукції у сегменті «підтримуючі галузі» («Supporting Arts and Cultural Production»), складав у 2014 році лише 565,2 млрд.дол, чисельність зайнятих – складала 3 575 тис. осіб. [8]. Аналогічні розходження спостерігаються за даними зовнішньої торгівлі. За ЮНЕСКО експорт культурних товарів з США у 2012 р. складав 26,517 млрд. дол., імпорт - 38, 518 млрд. дол. [9]; за даними ЮНКТАД показники торгівлі продукцією креативної індустрії були вищими (через більш широкий її склад) – відповідно 37,844 та 88,102 млрд. дол. [10], проте, вказані показники абсолютно неспівставні з даними ВОІВ. Отже, маркетингові дослідження потребують залучення додаткової вторинної (уточнені дані державних органів статистики) або первинної інформації.

Власними класифікаціями користуються комерційні організації, що здійснюють рейтингову оцінку діяльності найпотужніших підприємств світу. Статистичні дані використовуються насамперед для проведення конкурентного аналізу, прийняття рішень щодо пріоритетів розподілу інвестицій, фінансової реструктуризації тощо. Використовувана ними методологія передбачає виокремлення медійної індустрії, як комплексної облікової одиниці, а також оперативну реакцію на зміни у медіагалузі. Зокрема, Глобальний стандарт галузевої класифікації (Global Industry Classification Standard, GICS) буде оновлено у вересні 2018 р. Зазначається, що сектор телекомунікаційних послуг буде перейменованій на сектор комунікаційних послуг, і включатиме телекомунікаційні компанії, послуги надання інтернет-зв'язку (нині код 451010), підприємства медійної індустрії та розваг (нині коди 2540 та 5020)[11]. Класифікатор Industry Classification Benchmark, ICB починаючи з 1 січня 2019 р. також буде оновлений з врахуванням актуальних тенденцій та динаміки розвитку ринків. Відповідно, зміняться коди медіа- та телекомунікаційної індустрії [12].

Систематичні дослідження медійного ринку та відкриті прогнози здійснюються також міжнародними корпораціями PricewaterhouseCooper (Великобританія), приклад прогнозу наведено у [13]; McKinsey (США) [14], а також Zenithmedia (Великобританія), узагальнені результати дослідження ринку реклами наведені у [15]. Для підготовки звітів проводяться власні статистичні дослідження за визначеними групами країн та індустрій, які доповнюються офіційними статистичними даними, експертними кількісними прогнозами та якісними оцінками розвитку індустрії, проте методологічна основа статистики не розголошується.

Швидка еволюція та інтеграція медійної і комунікаційної сфери призводять до конвергентного виробництва медійних продуктів,

телекомунікаційних послуг та одночасного представлення інформації на різних технічних платформах. В цих умовах ускладнюється облік випуску та реалізації продукції. Зокрема:

- через злиття медійної та комунікаційної діяльності слід уточнювати, що саме реалізується – товар як контент (обліковується за кодом 58,59 ISIC) чи як послуга доступу до інформації (код 60,61,63 ISIC); взаємодія медійних підприємств з споживачами набуває рис індустрії послуг через інтерактивність, нетривалість користування продуктами; поширюється принцип просьюмеризму, тобто участі споживача у створенні продукції, очевидно, що в цьому випадку оцінка створеної вартості не буде коректною;
- існуюча методика обліку споживання цифрової продукції не враховує нові моделі монетизації контенту;
- медійний продукт може виконувати комплексні функції розважальні та освітні (едьютейнмент), розважальні та інформаційні (інфотейнмент), у цьому випадку статистичний облік може здійснюватися як за випуском інформаційної продукції (секція J «Інформація та телекомунікації»), так і за іншими напрямками (секція P «Освіта», або секція R «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок»).

Виникають й проблеми в класифікації секторів виробництва через структурні зміни у медіагалузі, серед цих змін:

- поширення нових медіа (соціальні мережі, поширення мобільного контенту, сектор кіберспорту), комерційний облік результатів діяльності та зайнятості у яких в сучасних умовах носить оціночний характер на основі рекламних надходжень, капіталізації;
- розмивання кордонів між інституціоналізованою (організації та підприємства медіаіндустрії) та неінституціоналізованою медійною сферою. Так, блог або сторінка у соціальній мережі відомої особи потенційно можуть набути рис та функцій комерційноорієнтованого медіаресурсу; у видавничій сфері актуальним стає питання обліку самопублікацій, які за всіма ознаками є сегментом медіаіндустрії (використання спеціальних технологій - програмних продуктів для оброблення та масового розповсюдження продукції), проте основна вартість створюється у неінституціоналізованому сегменті;
- спрощення ланцюжка дистрибуції медійної продукції через усунення фізичної форми медіапродукту (послідовність виробництво – тиражування – поширення замінюється на виробництво – поширення у цифровому вигляді), через це скорочується значення спеціалізованих оптово-роздрібних мереж розповсюдження традиційної медійної продукції.

У недалекому майбутньому активне використання науково-технічних досягнень призведе до поширення нейротехнологій, роботизації виробництва контенту та перекладу, що спричинить чергову трансформацію медіаіндустрії.

Висновки: проаналізовано статистичні моделі обліку діяльності медійної індустрії, що можуть використовуватися залежно від цілей наукового або маркетингового дослідження. Серед них: облік за загальноприйнятою методологією ООН (система ISIC); облік діяльності креативних або культурних індустрій; облік за класифікаціями, прийнятими у приватному аудиторському та консультативному бізнесі. Офіційна статистика не здійснює комплексного обліку діяльності медійної індустрії. Статистичні дані характеризуються неспівставністю, неточністю, неповнотою. Через активні технологічні, продуктові, структурні трансформації у медіаіндустрії, зміну кола охоплених суб'єктів методика обліку медійної діяльності потребуватиме регулярної корекції.

Бібліографічні посилання:

1. Пунчак Л.А, Барзилович О.М. Проблеми інформаційного забезпечення в управлінні підприємствами медіагалузі. – Технологія і техніка друкарства. – 2016.-№4(54). – с. 74-80.
2. Смирнов С.С. Статистика медиаиндустрии России: проблемы отраслевой идентификации и учета / Медиаскоп [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/691>
3. National Classifications [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://unstats.un.org/unsd/cr/ctryreg/default.asp?Lg=1>
4. North American Industry Classification System (NAICS) Canada 2017 Version 1.0 Classification structure [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD.pl?Function=getVD&TVD=307532>
5. UNESCO Framework for Cultural Statistics/[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061e.pdf>
6. Measuring the economic contribution of cultural industries.A review and assessment of current methodological approaches/[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002182/218251e.pdf>
7. Copyright Industries in the U.S. Economy. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://iipa.org/files/uploads/2018/01/2016CpyrtRptFull-1.pdf>
8. The Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) Paul V. Kern, David B. Wasshausen, and Steven L. Zemanek 22nd International Input-Output/ Conference 14-18 July 2014, Lisbon, Portugal [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.bea.gov/papers/pdf/the-arts-and-cultural-production-satellite-account-acpsa.pdf>,
9. The globalisation of cultural trade a shift in consumption: international flows of cultural goods and services 2004-2013/ [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/the-globalisation-of-cultural-trade-a-shift-in-consumption-international-flows-of-cultural-goods-services-2004-2013-en_0.pdf
10. Creative Economy Outlook And Country Profiles: Trends in international trade in creative industries [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf

11. The Global Industry Classification Standard (GICS®) [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.msci.com/gics>.
12. Industry Classification Benchmark [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.ftserussell.com/financial-data/industry-classification-benchmark-icb>
13. Perspectives from the Global Entertainment and Media Outlook 2017-2021 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/outlook-2017-curtain-up.pdf>,
14. Global Media Report 2016 [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/Global%20Media%20Report%202016/GMO%20Report_2016_Industry%20overview_v3.aspx
15. Executive summary: Advertising Expenditure Forecasts March 2017 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.publicismedia.de/wp-content/uploads/2017/03/2017-03-27-aef-executive-summary.pdf>.

References:

1. Punchak L.A, Barzilovich O.M. Problemi informatsiyogo zabezpechennya v upravlinni pidpriemstvami mediagaluzi. – Tehnologiya i tehnika druzarstva. – 2016.-№4(54). – s. 74-80.
2. Smirnov S.S. Statistika mediaindustrii Rossii: problemyi otraslevoy identifikatsii i ucheta / Mediaskop [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.mediascope.ru/node/691>
3. National Classifications [Electronic resource]. - Access mode: <https://unstats.un.org/unsd/cr/cryreg/default.asp?Lg=1>
4. North American Industry Classification System (NAICS) Canada 2017 Version 1.0 Classification structure [Electronic resource]. - Access mode: <http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD.pl?Function=getVD&TVD=307532>
5. UNESCO Framework for Cultural Statistics/ [Electronic resource]. - Access mode: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061e.pdf>
6. Measuring the economic contribution of cultural industries. A review and assessment of current methodological approaches/ [Electronic resource]. - Access mode: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002182/218251e.pdf>
7. Copyright Industries in the U.S. Economy. [Electronic resource]. - Access mode: <https://iipa.org/files/uploads/2018/01/2016CpyrtRptFull-1.pdf>
8. The Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) Paul V. Kern, David B. Wasshausen, and Steven L. Zemanek 22nd International Input-Output/ Conference 14-18 July 2014, Lisbon, Portugal [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.bea.gov/papers/pdf/the-arts-and-cultural-production-satellite-account-acpsa.pdf>
9. The globalisation of cultural trade a shift in consumption: international flows of cultural goods and services 2004-2013/ [Electronic resource]. - Access mode: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/the-globalisation-of->

- cultural-trade-a-shift-in-consumption-international-flows-of-cultural-goods-services-2004-2013-en_0.pdf
10. Creative Economy Outlook And Country Profiles: Trends in international trade in creative industries [Electronic resource]. - Access mode: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf
 11. The Global Industry Classification Standart (GICS®) [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.msci.com/gics>.
 12. Industry Classification Benchmark [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.ftserussell.com/financial-data/industry-classification-benchmark-icb>
 13. Perspectives from the Global Entertainment and Media Outlook 2017-2021 [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/outlook-2017-curtain-up.pdf>,
 14. Global Media Report 2016 [Electronic resource]. - Access mode: https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/Global%20Media%20Report%202016/GMO%20Report_2016_Industry%20overview_v3.ashx
 15. Executive summary: Advertising Expenditure Forecasts March 2017 [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.publicismedia.de/wp-content/uploads/2017/03/2017-03-27-aef-executive-summary.pdf>

SCIENTIFIC JOURNAL

Economics and Finance

№ 3 / 2018

Published by:

Drobyazko S.I.,
p/b 5720, Dnepropetrovsk, Ukraine
<http://ecofin.at.ua>
ecofin.at.ua@gmail.com

График проведения Международных научно-практических конференций 2018 г.

Название конференции	Дата проведения	Последний срок подачи материалов	Срок выхода из печати эл.версии сборника
Problems of the development of modern science: theory and practice , Madrid, Spain	27.04.2018	26.04.2018	15.05.2018
Perspectives of modern scientific research , Lisbon, Portugal	25.05.2018	24.05.2018	15.06. 2018
Scientific research: global and local perspectives , Plovdiv, Bulgaria	29.06.2018	28.06.2018	15.07.2018
Synthesis of science and society in solving global problems , Vienna, Austria	27.07.2018	26.07.2018	15.08.2018
Fundamental and applied research , Melbourne, Australia	24.08.2018	23.08.2018	15.09.2018
Global challenges of contemporary issues , Paris, France	28.09.2018	27.09.2018	15.10.2018
Strategic research directions , Coventry, United Kingdom	26.10.2018	25.10.2018	15.11.2018
Actual scientific research , Rome, Italy	23.11.2018	22.11.2018	15.12.2018
Current directions of scientific research , Nuremberg, Germany	28.12.2018	27.12.2018	15.01.2019

E-mail: conferencii.com@gmail.com

Site: <http://conferencii.com>

График публикации коллективных научных монографий на 2018 год

<i>Название конференции, исходные данные издательства</i>	<i>Срок предоставления материалов</i>	<i>Срок выхода эл. версии</i>
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ		
Инновационная экономика: проблемы и решения. Rome, Italy	28 апреля 2018	май 2018
Актуальные вопросы учета, анализа и аудита: теория, методология, практика. Melbourne, Australia	28 мая 2018	июнь 2018
Конкурентоспособность предпринимательских структур: особенности и перспективы. Coventry, United Kingdom	28 июня 2018	июль 2018
Проблемы экономики и менеджмента. Dublin, Ireland	28 сентября 2018	октябрь 2018
Роль финансово-кредитной системы в современных экономических условиях. Nuremberg, Germany	28 октября 2018	ноябрь 2018
Стратегическое управление и планирование в условиях трансформирующейся экономики. Lisbon, Portugal	28 ноября 2018	декабрь 2018
Формирование механизма устойчивого развития экономических систем. Plovdiv, Bulgaria	28 декабря 2018	январь 2019

Авторам выдаются справки об участии в разработке научных хозрасчетных тем:

- 1) Формирование механизма эффективного регулирования и управления экономической деятельностью предприятий (№ государственной регистрации 0113U007514).
- 2) Теория и практика управленческого и бухгалтерского учета, анализа и аудита деятельности субъектов хозяйствования (№ государственной регистрации 0113U007515).
- 3) Разработка концепции обеспечения экономической безопасности в условиях глобализации мировой экономики (№ государственной регистрации 0113U007516).
- 4) Проблемы социально-экономического развития предпринимательства (№ 0114U006191).
- 5) Формирование и совершенствование механизма устойчивого развития экономических систем (№ 0114U006192).
- 6) Повышение эффективности управления предприятиями различных организационно-правовых форм в условиях финансово-экономической нестабильности» (№ гос. регистрации 0114U006193).
- 7) Социально-экономические проблемы менеджмента (№ гос. регистрации 0114U006189).
- 8) Проблемы занятости и регулирования трудовых отношений в отраслях экономики (№ 0114U006190).
- 9) Методологические и практические основы экономики природопользования» (№ 0114U006194).

Редакция научного журнала "ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ" приглашает к сотрудничеству в рамках опубликования научных статей докторов и кандидатов наук, молодых ученых, докторантов, аспирантов, соискателей, адъюнктов, магистрантов, студентов, молодых специалистов, преподавателей, научных работников, практиков.

ISSN 2311-3413

Журнал включен в международные наукометрические базы:

Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Index Copernicus International (импакт-фактор ICV 74,6)

Ulrich's Periodicals Directory

Полные тексты статей представлены в Научной электронной библиотеке [eLIBRARY.RU](http://elibrary.ru)

Периодичность - 1 раз в месяц

Язык издания: английский, русский, украинский.

Прием статей – до 28 числа каждого месяца.

К публикации принимаются статьи, оформленные в соответствии со следующими требованиями:

1. Объем статьи – 10-25 страниц, включая иллюстрации, таблицы, графики, список литературы.

- поля верхнее и нижнее, левое и правое – 2,0 см.
- межстрочный интервал – 1,5
- шрифт «Times New Roman» – 14
- абзацный отступ – 1,25 см (не допускается создание отступа с помощью клавиши Tab и знаков пропуска);

- текст выравнивается по ширине;
- ориентация – книжная, без переносов, без постраничных сносок.

2. Ссылки на источники необходимо делать по тексту в квадратных скобках с указанием номеров страниц в соответствии источником. Например: [2] или [5, с. 131].

3. Список литературы приводится в конце статьи в алфавитном порядке.

4. Рисунки, таблицы и графики должны иметь названия, а в случае если их в статье несколько, то и нумерацию.

СТРУКТУРА СТАТЬИ

. Общие требования: основной текст статьи должен содержать такие обязательные элементы:

- постановка проблемы;
- анализ последних исследований и публикаций;
- выделение нерешенных ранее частей общей проблемы;
- цель статьи (постановка задачи);
- изложение основного материала исследования;
- выводы.

2. Рисунки и таблицы необходимо подавать в статье непосредственно после текста, где они упоминаются впервые, или на следующей странице. Все элементы рисунка должны быть сгруппированы.

3. Формулы в статьях должны быть набраны с помощью редактора формул (внутренний редактор формул в редакторе Microsoft Word for Windows).

4. Статья должна содержать названия статьи, аннотации и ключевые слова на английском и русском языках, объем аннотации от 50 до 120 слов, количество ключевых слов - минимум 5 слов.

Статья должна содержать следующие структурные элементы:

- индекс УДК (в верхнем левом углу страницы);
- индекс [JEL Classification \(Journal of Economic Literature\)](http://www.jelclassification.com);
- фамилия и инициалы автора (-ов), ученая степень, ученое звание и название статьи на английском и русском языках (не более 3-х авторов), для **зарубежных авторов** - только на английском языке;
- аннотация на английском и русском языках, для **зарубежных авторов** - только на английском языке;
- ключевые слова на английском и русском языках, для **зарубежных авторов** - только на английском языке;
- текст статьи;
- список литературы;
- список литературы на английском языке (транслитерация).

Контактная информация:

E-mail: ecofin.at.ua@gmail.com

Сайт: <http://ecofin.at.ua>

Надеемся на дальнейшее сотрудничество.