

ISSN 2307-5740
DOI 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

2020, № 4, Том 1

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi National University

Economic sciences

2020, Issue 4, Part 1

Хмельницький 2020

ВІСНИК
Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання (перереєстрація), група «Б»
Наказ МОН 28.12.2019 №1643

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2020, № 4, Том 1 (284)

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

Наукова бібліотека України ім. В.І. Вернадського http://nbuv.gov.ua/j-tit/Vchnu_ekon

Журнал включено до наукометричних баз:

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

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

Головний редактор	Войнаренко М. П. , д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, член-кореспондент Національної академії наук України, проректор з науково-педагогічної та наукової роботи, перший проректор Хмельницького національного університету
Заступник головного редактора. Голова редакційної колегії серії «Економічні науки»	Нижник В. М. , д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету
Відповідальний секретар	Кравчик Ю. В. , к. е. н., начальник відділу інтелектуальної власності та трансферу технологій Хмельницького національного університету

Члени редколегії серії «Економічні науки»

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

Технічний редактор
Редактор-коректор

Кравчик Ю. В., к. е. н.
Броженко В. О.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 3 від 24.09.2020

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

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

© Хмельницький національний університет, 2020
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2020

ЗМІСТ

ДЕМКО В. С. МІСЦЕ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	7
SAKUN L., VIEDIENINA Yu., RIZNICHENKO L., VIELKIN B., ALIEKSIJEIENKO A. MANAGEMENT OF SALES ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE AS AN EFFECTIVE TECHNOLOGY OF ENTERING INTERNATIONAL MARKETS	12
АНГЕЛКО І. В., САЗАНСЬКА Є. Ю. МЕТОДИ ТА ПРИЙОМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СВІДОМІСТЬ СПОЖИВАЧІВ	18
БАЗАЛІЙСЬКА Н. П., КОШОНЬКО О. В. РЕКРУТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	22
БАКАЙ В. Й. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	32
БЕЛЬТЮКОВ Є. А., ТКАЧУК Т. М. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	36
БЛАГУН І. С., БУРТНЯК І. В. МОДЕЛІ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	41
БРИЧ Б. В. МАРКЕТИНГОВА МОДЕЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ ЕНЕРГОСЕРВІСНОГО РИНКУ	46
БУРТНЯК І. В., БЛАГУН І. С. МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ	51
БУШОВСЬКА Л. Б. РОЗВИТОК КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЗАСТОСУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	58
ВАЛЬКОВА Н. В. ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ: СТАНОВЛЕННЯ В РЕАЛІЯХ COVID-19	62
ГЕЙДАРОВА О. В., МАЛА О. М. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	66
ГОРДСЬВА-ГЕРАСИМОВА Л. Ю., РЄПІНА С. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АВІАЦІЙНИМИ КОМПАНІЯМИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ	70

ГРАБОВСЬКА І. В. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	75
ДЕЙНЕКО Л. В., ЦИПЛІЦЬКА О. О. МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ	79
ДЖУЛІЙ Л. В., БІЛОРУСЕЦЬ Л. М., ЄМЧУК Л. В., БОЧУЛЯ Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В БАНКАХ УКРАЇНИ	86
ДОМУЗ О. О. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРОЦЕСІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ І ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ	90
DUMANSKA I. CHANGE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS UNDER THE ASSOCIATION AGREEMENT WITH THE EU: A RETROSPECTIVE, ECONOMIC CONSEQUENCES AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE	95
ELSAYED AHMED ELNASHAR, LYUBOKHINET'S L., TANASHENKO N. ANALYTICAL STUDY OF BUSINESS MODELS IN FASHION THEORY STRATEGY FOR GLOBAL MARKETING	99
ЄПІФАНОВА І. Ю., ГЛАДКА Д. О. СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	108
ІВЧЕНКО І. Ю., ЧУГУНОВ А. А., СЕМЕНОВ А. С. ТЕОРЕТИКО-ІГРОВА МОДЕЛЬ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ	113
КАЛІНІЧЕНКО З. Д., ДИМИТРИЄВА О. Д. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ЗБЛИЖЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ МОНЕТАРНО-ФІНАНСОВОЇ СФЕРИ І РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	118
ЛАРІОНОВА К. Л., ХМИЗ О. М. ОЦІНКА РІВНЯ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	123
МЕЙШ А. В., МАТВІЙЧУК О. В. МЕТОДОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАХИСТУ	130
МОРОЗ С. В. СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ	135
НИЖНИК О. В. ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МОДЕЛЕЙ	144
ОКСЕНЮК Т. М. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	149
ПРОСКУРОВИЧ О. В., АЛЕКСІЙЧУК А. С. МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РЕЗУЛЬТАТИ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШВЕЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	153

РЗАЄВ Г. І., ШЕВЧУК М. О. НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	160
СКОРОБОГАТА Л. В., РОДІОНОВА І. В. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	164
РЗАЄВА Т. Г., ШЕВЧУК М. О. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ	168
РУДНІЧЕНКО Є. М., ГАВЛОВСЬКА Н. І., СУХОДОЛЯ С. А., ЛІСОВСЬКИЙ І. В., ЯДУХА С. Й. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙ	172
СВІСТУНОВ О. С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ	177
СИМАКОВА О. О., НІКОЛАЙЧУК О. А., СЛАЩЕВА А. В., ПОПОВА С. Ю., ПОПОВА В. В. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	181
ХАРУН О. А., ГРИЦИНА Л. А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	186
ХОМЕНКО Л. М., ШАПОВАЛ Л. П., РУМ'ЯНЦЕВА Д. І. ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТУ ОПЕРАЦІЙНОГО ЛЕВЕРИДЖУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	195
ЦВІГУН Т. В. ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ	200
ЧУРІКАНОВА О. Ю. ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	204
ЯДУХА С. Й., МАТВІЙЧУК О. В. ЗМІНА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ – ЗА ЧИ ПРОТИ?	209
ОЛІНУК А., GORDEEVA T. ASSESSMENT OF THE NBU'S MONETARY POLICY IMPACT ON LENDING TO THE REAL SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY	214

УДК 338.48

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-1

ДЕМКО В. С.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

МІСЦЕ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У роботі досліджується сільська територія як основа для становлення локальної туристичної економіки з визначенням діяльності зеленого туризму. Розкриваються пріоритети регулювання підприємницької діяльності шляхом визначення агроспеціалізації території та впровадження поліфункціональності економіки в регіонах. Обґрунтовано значення сфери зеленого туризму для розвитку сільських територій в контексті специфіки формування економічних відносин, ведення бізнесу і самозайнятості з огляду на ресурсний потенціал територій. Запропоновано авторське визначення видів економічної діяльності в структурі економіки сільських територій та виділено місце серед них зеленого туризму. За результатами дослідження визначено актуальність трансформації туристичні дестинації з становленням локальної туристичної економіки та перехід на поліфункціональність.

Ключові слова: зелений туризм, економіка сільської території, монофункціональність, поліфункціональність, туристична дестинація, агроспеціалізація.

DEMKO V.

Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

THE PLACE OF GREEN TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMICS OF RURAL AREAS

Rural areas are traditionally the priority "objects" of state regulation, which require additional attention in the forms of financial and budgetary, property, information and promotional and other support. To organize effective state regulation of rural development at the national level, an appropriate concept and strategy should be developed, at the regional level - a program of action, and at the local level - a system of measures to implement them with systematic feedback and active influence of civil society. The urgency of the topic is to solve the problems of monofunctionality of rural areas, the need to promote the diversification of entrepreneurial activity in rural areas through the development of rural green tourism. Introducing multifunctionality of the economy in the regions in determining the agro-specialization of the territory and improving the anthropogenic load on the environment. Determining the directions of development of the tourist economy through associations and the formation of regional tourist destinations.

The paper examines the rural area as a basis for the formation of a local tourism economy with the definition of green tourism. The priorities of business regulation by determining the agro-specialization of the territory and the introduction of multifunctionality of the economy in the regions are revealed. The importance of the field of green tourism for the development of rural areas in the context of the specifics of the formation of economic relations, doing business and self-employment given the resource potential of the territories. The author's definition of types of economic activity in the structure of the economy of rural areas is offered and the place of green tourism among them is allocated. According to the results of the research, the urgency of the transformation of tourist destinations with the formation of the local tourist economy and the transition to multifunctionality was determined.

Keywords: green tourism, rural economy, monofunctionality, multifunctionality, tourist destination, agrospecialization

Вступ. Сільські території традиційно виступають пріоритетними «об'єктами» державного регулювання, що потребують додаткової уваги у формах фінансово-бюджетної, майнової, інформаційно-промоційної та іншої підтримки. Для організації ефективного державного регулювання розвитку сільських територій на загальнодержавному рівні має бути вироблена відповідна концепція і стратегія, на регіональному рівні – програма дій, а на локальному – система заходів з їх реалізації з системним зворотнім зв'язком та активними впливами громадянського суспільства.

Актуальність теми полягає в вирішенні проблем монофункціональності сільських територій, необхідності сприяння диверсифікації підприємницької діяльності в сільській місцевості шляхом розвитку сільського зеленого туризму. Впровадженню поліфункціональності економіки в регіонах у визначенні агроспеціалізації території та поліпшення антропогенного навантаження на довкілля. Визначення напрямків розвитку туристичної економіки шляхом об'єднань та утворення регіональних туристичних дестинацій.

Теоретичні і практичні аспекти організаційно-економічного розвитку сільських територій, тенденції розвитку інфраструктури українського села, визначення туристичної дестинації розглядають в своїх наукових працях В. Борщевський [1], А. Грабовская [2], М. М. Мамчин, І. І. Жагаляк, Ю. Я. Добуш [5], М. Семенова [8]. В працях С.В. Кальченко [3] та С.Р. Пасеки [6] досліджувалася специфіка організації сільського туризму з точки зору стратегічних напрямів та систем розвитку сільських територій в регіонах. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого дослідження теоретичні та практичні засади сучасного розвитку сільських територій з урахуванням активізації підприємницької діяльності в сфері зеленого туризму.

Метою дослідження є обґрунтування стратегічного значення сфери зеленого туризму для розвитку сільських територій в контексті специфіки формування економічних відносин, ведення бізнесу і самозайнятості з огляду на ресурсний потенціал територій.

Викладення основного матеріалу. Зелений туризм в етнополітичному плані відіграє також виняткову роль у збереженні так званого сільського способу життя. Зараз в сільській місцевості виникає

нова диференціація, пов'язана як із функціональними трансформаціями соціальної структури на селі, скороченням чисельності зайнятих у сільському господарстві, так і з взаємним існуванням та змішуванням традиційних і модерних стилів життя, які можуть поєднуватися або нашаровуватися один на одній; формуються перехідні соціальні спільноти, яким притаманні як модернові, так і традиціоналістські цінності та норми [4, с. 69]. Такі трансформації не завжди є прийнятними для етнополітичної безпеки, збереження культури і традицій сільських територій. Тому зелений туризм може стати ефективним чинником збереження автентики тих поселень, які мають чітко виражений характер сільського способу життя – в побуті, господарництві, дозвіллі, споживанні, суспільних взаєминах, участі у громадському житті села тощо.

Оскільки зелений туризм є стратегічною складовою галузі туризму, він формує важливу ланку локальної економіки та її структури, розкриваючи економіко-виробничу функціональність сільських територій. В європейській (зокрема польській) економічній науці сьогодні широкої популярності набуває теорія локальної (місцевої) економіки, що має пряме відношення до сільських територій. Структура економіки сільських територій, як правило, аграрноорієнтована. У залежності від її вагомості розрізняють різну *спеціалізацію економіки сільських територій*:

– монофункціональні – з розвитком одного виду економічної діяльності, як правило, сільського господарства і навіть окремих його сфер, та поліфункціональні – з розвитком декількох видів економічної діяльності, зокрема поєднанням виробничих і невиробничих секторів економіки;

– аграрні – спеціалізовані на сільському господарстві, позааграрні – спеціалізовані на несільсько-господарських видах економічної діяльності.

Проблема *монофункціональності* сільських територій є поширеною та актуальною для багатьох країн, хоча й частіше піднімається відносно вузькоспеціалізованих економік міст. В Україні Державною цільовою програмою розвитку українського села на період до 2015 року в рамках розвитку організаційно-правових форм господарювання визначено необхідність сприяння диверсифікації підприємницької діяльності в сільській місцевості, розвитку сільського туризму, відродженню підсобних промислів та ремесел [7]. Зазначені цілі мають значний потенціал виконання саме через розвиток зеленого туризму. Результати їхнього досягнення до 2015 року показує аналіз соціально-економічних показників розвитку українського села, що поки вимагає значно кращих позитивних тенденцій.

Монофункціональність сільських територій несе з собою низку деструктивів:

– обмежує можливості акумулювання достатньої кількості інвестиційних ресурсів у сільській економіці, в тому числі з метою реалізації інвестиційних проектів інноваційного спрямування [1];

– обмежує можливості населення зайнятості, реалізації бізнес-ідей та підприємницького потенціалу;

– не дозволяє ефективно використовувати ресурсний потенціал за різними компонентами;

– є загрозою у випадку форс-мажорних обставин для галузі, на основі якої розвивається локальна економіка, наприклад, у випадку негод і стихійних лих – для сільського господарства, пандемій, військових конфліктів чи терактів – для туризму.

У противагу монофункціональності, поліфункціональність локальної економіки може бути деструктивом для розвитку туризму, зокрема зеленого. У випадку розміщення в сільській території промислових об'єктів зі значними екологічними навантаженнями природно-кліматичні та історико-культурні атракції даної місцевості будуть недостатні для туристичної привабливості.

Розвиток зеленого туризму для економіки сільських територій забезпечує поліфункціональність – за рахунок стимулювання суміжних видів економічної діяльності, а саме сфери послуг, ремесел і промислів, сільського господарства (рис. 1).

Більшість сільських територій в Україні зберігають монофункціональність локальної економіки з агроспеціалізацією, що в кращому випадку супроводжується діяльністю агрохолдингів, а в гіршому – економічною стагнацією, масовою еміграцією та депопуляцією населення. Практика малого і середнього підприємництва в сільських територіях є недостатньою, що потребує цільового регулювання. Серед пріоритетів такого регулювання фахівці пропонують наступне [5, с. 458]:

– утвердження статусу селянина як реального власника та господаря на землі;

– запровадження спрощеного порядку реєстрації та звітності суб'єктів господарювання в аграрному секторі;

– розмежування підсобної та підприємницької форм господарювання сільських сімей, сприяння перетворенню особистих підсобних господарств на господарства товарного типу;

– підтримка розвитку особистих підсобних господарств як форми самозайнятості сільського населення;

– залучення приватного сектора у сільській місцевості до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (зеленого туризму);

– регулювання трудової міграції сільського населення, спрямування її з трудонадлишкових регіонів до депресивних сільських територій;

– запровадження системи професійного навчання і перепідготовки незайнятих працюю сільських жителів.

Як показує практика, державна політика територіального розвитку в Україні залишається декларативною. Тому більшу роль мають відігравати ринкові механізми, а в ході реформи децентралізації – органи місцевого самоврядування.



Рис. 1. Поширені види економічної діяльності в структурі економіки сільських територій та місце серед них зеленого туризму
Джерело: авторська розробка

З метою стимулювання розвитку економіки сільських територій важливо сприяти їх трансформації в *туристичні дестинації з становленням локальної туристичної економіки* (див. рис. 2).

Становлення локальної туристичної економіки повинно відбуватись шляхом підтримки органами місцевого самоврядування розвитку спеціальної інфраструктури на «етапі розвідки», коли обмежене коло осіб приваблюють місцеві природно-кліматичні та історико-культурні умови, з переходом до «етапу взаємодії», коли сфера починає активно розвиватись [2, с. 73].

У випадку активного розвитку локальної туристичної економіки з помітним впливом на загальну економічну ситуацію (підприємництво і зайнятість), суміжні види економічної діяльності, сільська територія може утвердити статус туристичної дестинації. «Туристична дестинація» – це місце відвідування, територія якого має певні кордони, приваблива для тимчасового перебування відвідувачів завдяки наявності туристичних ресурсів природного або штучного походження, є метою подорожі, має розвинути транспортну та комунікаційні зв'язки та містить: підприємства інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари; посередницькі підприємства, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту; підприємства, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста та підприємства, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до існуючого попиту [8, с. 36].

За клієнтоорієнтованим підходом, туристична дестинація обумовлюється тією привабливістю, яку вона представляє для певного сегмента споживачів; таким чином, на перший план виходить та туристична привабливість, якою володіє ця територія для великої кількості туристів, що визначає специфіку поняття дестинації і показує її принципову відмінність від понять «туристичний центр», «туристичний регіон» [9, с. 334].

Спеціалізація туристичної дестинації на зеленому туризмі чи окремій його послугі визначає конкурентоспроможність туристичного продукту й окреслює вектор соціально-економічного розвитку території з необхідністю розбудови загальної і спеціальної інфраструктури, належної інформаційно-промоційної підтримки та збереження місцевої історико-культурної автентики та природно-кліматичних особливостей.



Рис. 2. Сільська територія як основа для становлення локальної туристичної економіки з ядром зеленого туризму
Джерело: авторська розробка

Висновок. Сільські території включають поселення сільського типу, території між сільськими поселеннями без ознак міської забудови і виробництва, а також території сільськогосподарського виробництва. З огляду на специфіку ресурсного потенціалу, сільські території тяжіють до монофункціональності з агроспеціалізацією. Останніми роками в умовах світового туристичного буму все більше зусиль у розвитку сільських територій докладається для підтримки в них туристичних видів економічної діяльності. Зелений туризм має безліч аргументів на користь розвитку в сільських ареалах. Він забезпечує перехід на поліфункціональність локальної економіки та, водночас, не допускає надмірних антропогенних навантажень на довкілля.

В роботі досліджено економіку сільських територій як основу для становлення локальної туристичної економіки з визначенням діяльності зеленого туризму. Розкриті пріоритети регулювання підприємницької діяльності шляхом визначення агроспеціалізації території та впровадження поліфункціональності економіки в регіонах. Обґрунтовано значення сфери зеленого туризму для розвитку сільських територій в контексті специфіки формування економічних відносин, ведення бізнесу і самозайнятості з огляду на ресурсний потенціал територій. Запропоновано авторське визначення видів економічної діяльності в структурі економіки сільських територій та виділено місце серед них зеленого туризму. За результатами дослідження визначено актуальність трансформації туристичні дестинації з становленням локальної туристичної економіки та перехід на поліфункціональність.

Література

1. Борщевський В. Організаційно-економічні механізми інноваційного розвитку сільських територій Карпатського регіону : Аналітична записка / Віктор Борщевський : Національний інститут стратегічних досліджень. URL:<http://old2.niss.gov.ua/articles/1182/>
2. Grabowska A. Lokalna gospodarka turystyczna a rozwój regionów / Aleksandra Grabowska // Studia Ekonomiczne. – 2013. – Т. 147. – S. 68–80.
3. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрямки розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2019. - №1. – С. 121-128
4. Лінцова Н. Ю. Диференціація сільських стилів життя в умовах соціальних трансформацій / Н. Ю. Лінцова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2016. – Вип. 36. – С. 68–74.
5. Мамчин М. М. Тенденції розвитку інфраструктури українського села / М. М. Мамчин, І. І. Жагаляк, Ю. Я. Добуш // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 594 : Логістика. – С. 455–460.
6. Пасека С. Р., Демко В. С., Сільський зелений туризм як запорука розвитку сільських територій. Вісник Черкаського університету, Серія: економічні науки, 2017. - № 4 – С. 80-86
7. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 19.09.2007 № 1158 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF#Text>

8. Семенова М. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС / М. Семенова, Е. Гунаре // Право та інновації. – 2019. – № 4(28). – С. 34–39.
9. Трегубов О. С. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій / О. С. Трегубов // Економіка і організація управління. – 2016. – № 3(23). – С. 333–339.

References

1. Borshchovsky V. Organizational and economic mechanisms of innovative development of rural areas of the Carpathian region: Analytical note / Victor Borshchovsky: National Institute for Strategic Studies. URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1182/>
2. Grabowska A. Local economy of tourism and development of regions / Aleksandra Grabowska // Studia Ekonomiczne. - 2013. - T. 147. - P. 68–80.
3. Kalchenko SV, Demko VS Strategic directions of tourism industry development in Zaporizhia region. Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University named after Dmitry Motorny (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva. - Melitopol: Publishing House Melitopol Printing House "Luxury", 2019. - «1. - P. 121-128
4. Lintsova N. Yu. Differentiation of rural lifestyles in terms of social transformations / N. Yu. Lintsova // Bulletin of VN Karazin Kharkiv National University. Series: Sociological research of modern society: methodology, theory, methods. - 2016. - Vip. 36. - P. 68–74.
5. Mamchyn MM Tendencies of development of the infrastructure of the Ukrainian village / MM Mamchyn, II Zhagalyak, Yu. Ya. Dobush // Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". - 2007. - № 594: Logistics. - P. 455–460.
6. Paseka SR, Demko VS. Rural green tourism as a guarantee of rural development. Bulletin of Cherkasy University, Series: Economic Sciences, 2017. - № 4 - P. 80-86
7. On approval of the State target program for the development of the Ukrainian village for the period up to 2015: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 19.09.2007 № 1158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF#Text>
8. Semenova M. Legal definition of a tourist destination taking into account international legislation and national legislation of the EU / M. Semenova, E. Gunare // Law and Innovation. - 2019. - № 4 (28). - P. 34–39.
9. Tregubov OS Competitiveness of tourist destinations / OS Tregubov // Economics and organization of management. - 2016. - № 3 (23). - P. 333–339.

Надійшла / Paper received: 17.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

UDC 339.146.4:005.5

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-2

SAKUN L., VIEDIENINA Yu.,
RIZNICHENKO L., VIELKIN B., ALIEKSEIENKO A.
Kremenchuk National University named after Mikhail Ostrohradsky

MANAGEMENT OF SALES ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE AS AN EFFECTIVE TECHNOLOGY OF ENTERING INTERNATIONAL MARKETS

The means to expand the volume of production and sales of high-quality confectionery products in the conditions of entering international markets are reviewed. Theoretical aspects of sales management and ensuring an effective system of production and sale of products at the enterprise operating in conditions of entering international markets are investigated; the main areas of the enterprise's activity in the circumstances of entering international markets. A comprehensive analysis of the main equipment and economic indicators of JSC "Kremenchuk Factory "Roshen" was carried out. The schedule of dynamics of volumes of selling with the forecast for 2020-2021, based on the mathematical model is formed. Strategic program of development of JSC "Kremenchuk Factory "Roshen" on effective implementation of sales technologies for entering international markets was developed
Keywords: sales activities, technology, management, international markets, exports, strategy, efficiency.

САКУН Л. М., ВЕДЕНІНА Ю. Ю.,
РІЗНІЧЕНКО Л. В., ВЕЛЬКІН Б. О., АЛЕКСЕЄНКО А. С.
Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

У статті розглянуті шляхи розширення обсягів збуту високоякісної кондитерської продукції в умовах виходу на міжнародні ринки. Досліджені теоретичні аспекти управління збутом та забезпечення ефективної системи виробництва й реалізації продукції на підприємстві, що працює в умовах виходу на міжнародні ринки; визначено основні напрямки діяльності підприємства в умовах виходу на міжнародні ринки. Проведено комплексний аналіз основних техніко-економічних показників діяльності АТ «Кременчуцька фабрика «Рошен». Побудовано графік динаміки обсягів реалізації з прогнозом на 2020–2021 рр. на основі математичної моделі. Розроблено стратегічну програму розвитку підприємства АТ «Кременчуцька фабрика «Рошен» щодо ефективного впровадження технологій збуту для виходу на міжнародні ринки.

Ключові слова: збутова діяльність, технологія, управління, міжнародні ринки, експорт, стратегія, ефективність.

Setting the problem and its relevance. Against the current backdrop of the development of the domestic economy, the issues of ensuring the competitiveness and sustainable development of the enterprise need special attention. Realization and implementation in production practice of these tasks are possible due to the effective implementation of production and sales policy, which will maximize production capacity, reduce costs and improve product quality, ensure the steadiness of the company's competitive position in domestic and foreign markets.

These factors determined the choice of topic and caused its relevance and practical importance.

Analysis of recent research and publications. Considerable amount of works by scientists was devoted to the research of measures for optimal management of sales activities of enterprises: L. Balabanova, A. Balabanytsiv [1, 2], V.F. Hamaliy, I.V. Fabryka [3], A.V. Klyuchnik, I.O. Belozertseva [4], A.D. Lyapunov [5], V.N. Naumov [6], V.O. Kozub, A.E. Uvarova [7]. On the other hand, there are not enough substantiated aspects of sales management and ensuring an effective system of production and sale of products in the conditions of entering international markets. Additional research of means that will improve sales policy, increase the competitiveness of the enterprise and its products in the foreign and domestic markets is required. All this indicates the necessity for additional review in this aspect and the creation of an effective program of production and sales activity.

The main purpose of the article is to develop theoretical, practical forms and methods of production and sales policy of the enterprise, which operates in a competitive environment, consumer search and establishing foreign economic relations.

Rundown of the main data of the study. Sales tactics should take into account the possible reaction of all stakeholders, including consumers, suppliers, competitors, and others. Tactics involve the involvement and use of resources (information, material, marketing, communication, management), which form the sales potential and, accordingly, the sales policy of sales activities.

The strategy forms the tactics of sales activities, which, in turn, has a number of one-time and current (accelerating cash flow and products, optimization of inventories, countering competitors in foreign markets, sales promotion, flexible pricing policy, increasing the profitability of the main activities of the enterprise) tasks (Figure 1).

The main export indicators of the confectionery industry for 2018 are shown in Figure 2 and Figure 3.

To improve the management of the sales activity of the company in the foreign market certain activities can be proposed, which are systematized in the table. 1.

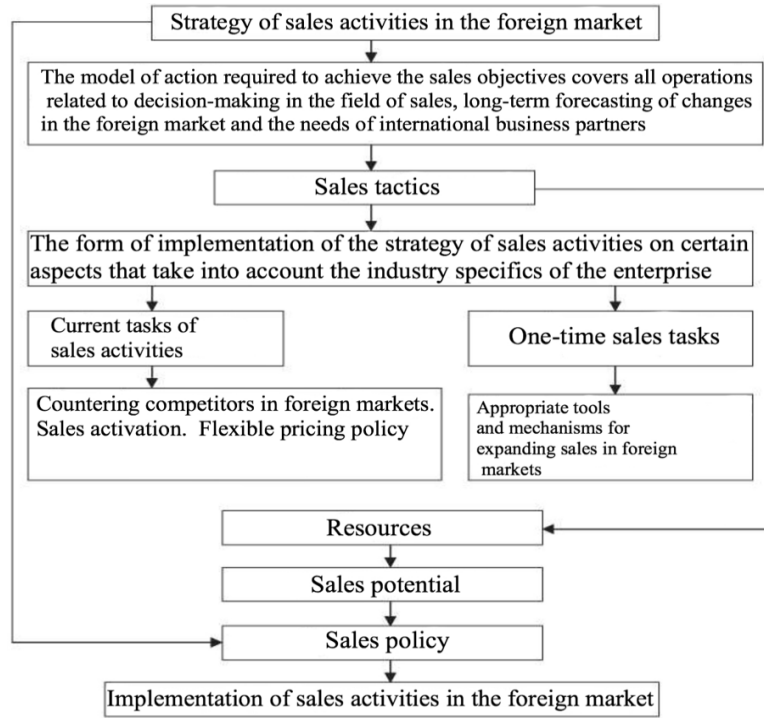


Figure 1. Influence of the sales strategy on realization of sales activity of the enterprise in the foreign market [7]

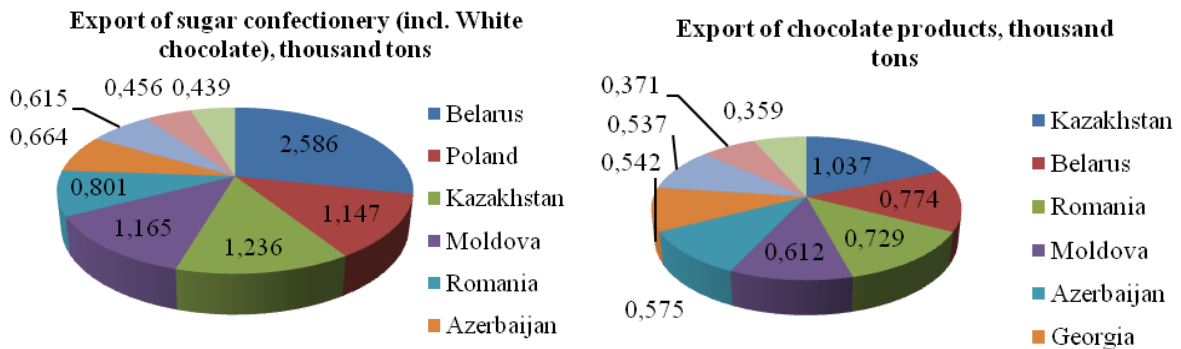


Figure 2. Export indicators of the confectionery industry of Ukraine for 2018

Source: [8]

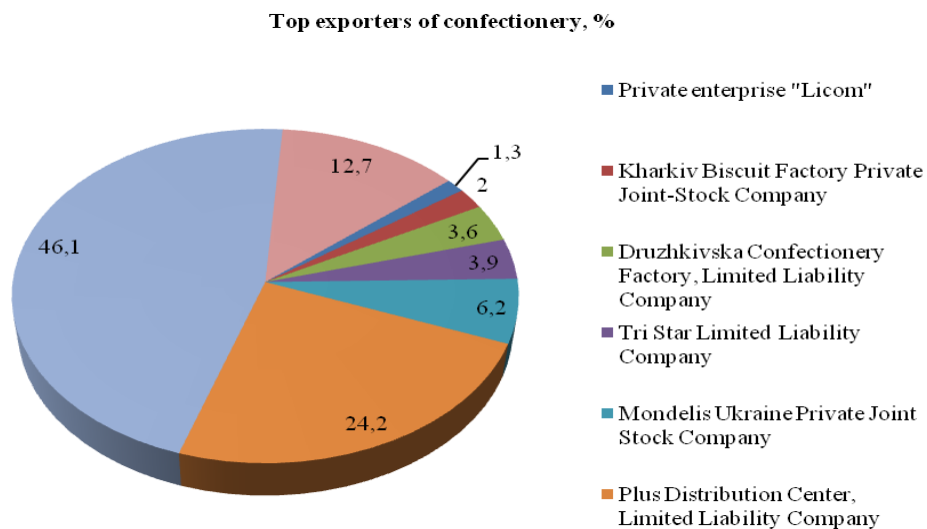


Figure 3. Exporters of the confectionery for 2018

Source: [8]

Table 1

Purposes and Possible Strategies for their Achievement JSC Kremenchuk Confectionery Factory Roshen [9]

Business Components	Target	Strategy
Market	Increase the volume of sales	Penetration into other domestic markets and exports to the countries of the nearest foreign country
Labour	High qualified labour	Organize special courses and internships
Production	Improve product quality	Implementation of automated control system
Price Policy	Keep available price level	Conduct an advertising campaign

The implementation of these activities requires the development of scientific and reasonable marketing policy in the distribution of economic entities taking into account the impact on the object of control of various factors. Among these factors, we can highlight [4, 5]: peculiarities of consumers (quantity, density, level of earnings); possibilities of the company, its financial status, competitiveness, primary areas of marketing strategy, the scale of production; product features (type, average price, the seasonal spread of production, the retention period); the degree of competition and sales policies of competitors (number, concentration, sales strategy and tactics); the characteristics and features of sales (capacity, customs, and international trade practice, the density distribution of buyers); the comparative cost of different distribution network. Thus, the development of management systems for marketing activities should be based on the results of the analysis of the existing marketing system of the enterprise. Such analysis should be conducted not only with quantitative indicators but also qualitative: level of service, satisfaction, and commitment of customers, the effectiveness of communication policy, the correct choice of the segments of the external market, the performance of the sales staff. The factory's products are presented in the markets of Ukraine, USA, Canada, Uzbekistan, Kazakhstan, Lithuania, Azerbaijan, Latvia, Estonia, Kyrgyzstan, Moldova, Israel, Armenia and other countries. Roshen's strategic sales partners are: DiAD LLC (Dnipro and Dnipro region, except for Kryvyi Rih); Soyuz PF (Kharkiv Oblast); Prykarpattia Trading House LLC (Ivano-Frankivsk, Ternopil and Chernivtsi regions); Spark LLC (Zaporizhia region); Budinform LLC (Sumy Oblast); Kharchpak LLC (Zhytomyr region); LLC "Khodak" (Cherkasy and Kirovohrad regions). Using the regression analysis package in MS Excel, a multifactor linear regression model was designed that reflects the dependence of sales volumes on output and productivity of Roshen Corporation for 2014–2019. Based on this model, the forecast of sales for 2020–2021.

As a matter of fact, in a market economy, the sale of products occurs under the portfolio of pre-orders, rather than their own, conditioned resources of the enterprise plans for production. Our analysis proves that the enterprise has insufficient production and sales planning and therefore overproduction. Overproduction was during the crisis of 2014 when market conditions altered. Decreased productivity has led to a decline in sales.

At the moment, labour productivity is kept at a high level, which is a prerequisite for the gradual growth of sales. Using the created model and applying the forecast and preliminary values of factor indicators for 2020-2021 (table 2), we can predict the following product sales indicator: $Y_{2020} = 394,441 + 0,994 \cdot 105340 + 0,749 \cdot 204 = 105255,197$ thousand tons. $Y_{2021} = 394,441 + 0,994 \cdot 112759 + 0,749 \cdot 216 = 112638,671$ thousand tons. Graph of sales dynamics is shown in Figure 4.

Table 2

Values of factor indicators required to determine the forecast value of sales volumes for 2020–2021

Indicator	Total sales, thousand tons	Volume of output of marketable products, thousand tons	Labour productivity per 1 PVP thousand UAH
Year	Y	X1	X2
2020	105255,197	105340	204
2021	112638,671	112759	216

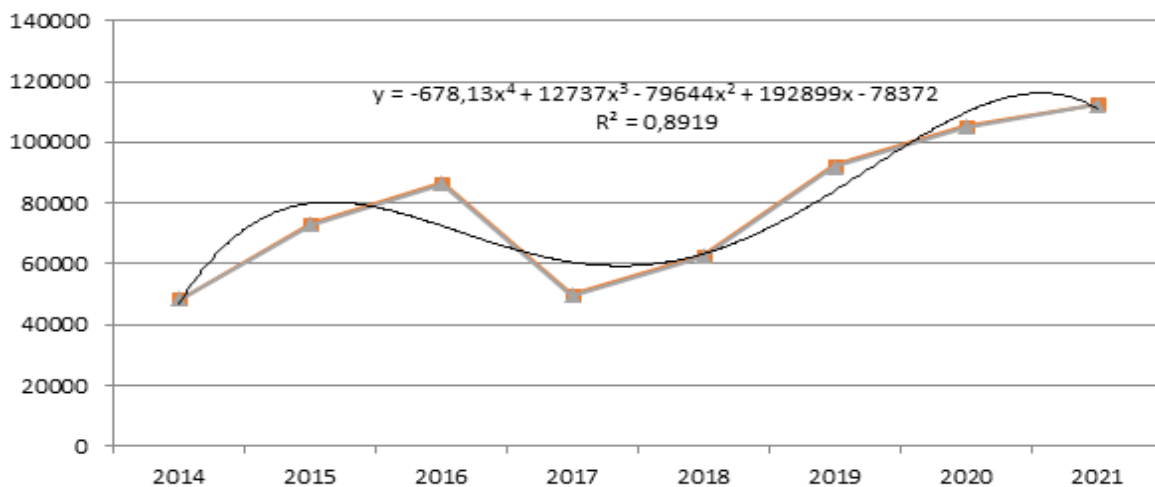


Figure 4. Graph of sales dynamics prediction for 2020–2021, based on the designed mathematical model
Source: [9]

For greater reliability of the applied method, we will make a forecast by constructing a trend line using data provided by the Microsoft Excel spreadsheet. We are building a trend line. For the time series of the sales volume, the largest value of $R^2 = 0.8919$ occurs when using a polynomial function with the number of powers of 4.

The result of forecasting sales is represented by following correlation model:

$$Y = -678.13x^4 + 12737x^3 - 79644x^2 + 192899x - 78372$$

and the image of the trend is presented in Figure 4.

Derived from the model, the projected value of sales shows the positive dynamics compared to the previous year, which does not differ significantly from the company's projected total sales for 2020–2021. It means that the company really assess its sales opportunities.

Thus, the obtained trend demonstrates the trend of further gradual increase in sales by 2021, which confirms the above hypothesis of growth. Implementation of sales forecasting gives an idea of the future activities of the confectionery industry.

The strategic aim of "Roshen" is a production of impeccable quality, the production of high quality confectionery products for the fulfilment of customers' needs and maximizing profits of investors and shareholders. For additional analysis will conduct a SWOT analysis of the enterprise to diagnose the environment in which the individual elements of the influence of the environment on the profitability of the enterprise (along with opportunities and threats) allocated gains and losses than shielded the definition of potential of the enterprise due to the influence of factors of the market environment. Systemic assessment and the SWOT analysis involves the construction of a matrix, which allows to identify mutual areas of research.

One of the essential factors in the deepening crisis processes in the industry became a military conflict in the ATO zone, in which about 18 % of the total volume of domestic confectionery products was produced. In February 2014, the Corporation Roshen has suspended its factory in Mariupol, and in April 2015, its final disposition and relocation of production facilities in Vinnytsia region [9]. Another factor in the onset of the crisis processes in the industry are import restrictions, a ban on the transit of Ukrainian confectionery products through Russia and the loss of foreign markets. After the restrictions on imports of confectionery by the Russian Federation in 2014, the export rate fell by 67 %. Similar problems were also caused by Belarus, which imposed restrictions on the access of Ukrainian goods to the country's market, which cost the Ukrainian side UAH 40 million. The devaluation of the hryvnia and the decline in the purchasing power of the population should also be called a negative factor. The inflation index in 2018 was 108.1 % (in the corresponding period of the previous year – 104.5 %), while food prices rose by 11.5 %.

Against this background, there was another rise in prices for confectionery products due to rising prices for raw materials, electricity and transportation. At the same time, taking into account the whole situation, confectioneries have increased production of medium and low price categories of confectionery. We will put forward the main external and internal factors of the financial crisis at PJSC Kremenchuk Confectionery Roshen which are shown in Table 3.

Table 3

**External and internal factors of the financial crisis
at PJSC Kremenchuk confectionery factory "Roshen"**

Environmental factors	Factors of the internal environment
<ul style="list-style-type: none"> – economic instability; – reduction of purchasing power of the population; – inflationary processes; – changes in legislation; – tax policy; – growing competition in the confectionery industry; – intensification of unfair competition in the market; – rising prices for raw materials 	<ul style="list-style-type: none"> – irrationality in the production sphere; – problems in the field of supply; investments in non-current assets; – lack of funding and irrational budgeting; – loss of product market; formation of excess stocks; – increase in costs for all types of production and economic activities; – a significant share of receivables; – low level of settlement and payment discipline; – low level of return on capital investments; – ineffective management in the field of anti-crisis strategy

Let's build a matrix of SWOT-analysis of PJSC Kremenchuk confectionery factory "Roshen". In accordance with the results of the SWOT-analysis, we will reflect the possible directions of SWOT-strategies of PJSC Kremenchuk Confectionery Roshen. We will introduce possible directions and measures to improve the management of the strategy of PJSC Kremenchuk Confectionery "Roshen" in order to increase the efficiency of its activities (Table 4).

Thus, taking into account the proposed list of possible directions, type and depth of the crisis, the stage of the life cycle and the possibility of the enterprise within the framework of the stabilization strategy, for PJSC "Kremenchuk Confectionery Factory "Roshen" it is promising to apply measures to optimize the process of management of accounts receivable, as well as improvement of marketing and sales policy.

Table 4

**Directions and measures to improve the management of the strategy
of PJSC "Kremenchuk confectionery factory "Roshen" [9]**

Directions to increase profitability:	Directions for increasing liquidity and solvency:
1) increase in production and sales, while in this area requires diversification of goods and reorientation of activities to increase production of highly profitable products, effective marketing policy; 2) reduction of production costs, introduction of norms of consumption of raw materials; 3) change in pricing policy; 4) introduction of innovative technologies, modernization and reconstruction of fixed assets; 5) creation of own raw material base, use of secondary resources; 6) systematic research of the confectionery market, trends in supply and demand in it; 7) improving the quality of products and control of their compliance with certificates; 8) Involvement of highly qualified personnel in the production process, increase of labour productivity and motivation; 9) revision of the policy of cooperation with suppliers, partners, intermediaries	1) increase in revenue and a significant reduction in costs, which will increase the company's profits; 2) reducing the cost of production and costs, the source of coverage of which is profit, improves the solvency of the enterprise; 3) sale of some low-profit structural units and fixed assets. Thanks to this operation, the company can obtain investment resources for more profitable activities and refocus production; 4) lease fixed assets that are not fully used in the production process; 5) restructuring of enterprise assets; 6) ensuring the smooth operation of the enterprise; 7) determining the optimal amount of raw materials; 8) establishing compliance of production plans and sales plans; 9) receivables management; 10) refusal of capital investments that exceed the financial capabilities of the enterprise
Directions for increasing financial stability:	Directions for improving the efficiency of capital use
1) reducing the cost of products (works, services); 2) search for the optimal ratio of equity and debt capital, which ensures the return on equity; 3) improving the efficiency of cash flow management of the enterprise; 4) optimization of sales policy, expansion of markets; 5) increase in cash on the current account of the enterprise	1) reducing the duration of the production cycle by intensifying production (use of new technologies, mechanization and automation of production processes, increasing productivity, fuller use of production capacity, labor and material resources, etc.), as well as increasing control over the movement of the most important categories of stocks (based on the ABC analysis system) and distribution in strict accordance with the structure of their spending; 2) improving the organization of material and technical support in order to ensure uninterrupted production of the necessary material resources and reduce the time of capital in stocks; 3) acceleration of the process of shipment of products and registration of settlement documents; 4) reduction of time spent on receivables, application of promising forms of refinancing receivables, effective forms of regulating the average balance of cash assets (reduction of cash payments, opening a "credit line" in the bank), creating clear control systems for receivables and cash; 5) increasing the level of marketing research aimed at accelerating the promotion of goods from producer to consumer

Conclusions. Among the internal factors of the crisis domestic enterprises of the confectionery industry can be identified such as changing the conditions of supply, reducing the efficiency of resources and production facilities, lack of finance inefficient financial strategy, lack of mechanisms for predicting crises, etc. The use of anti-crisis measures within these areas is aimed at eliminating the problematic aspects of the enterprise's activities, found in the course of financial, discretionary analysis and express diagnostics. In particular, the first direction, namely improvement of receivables management, becomes of particular relevance in today's crisis conditions of the domestic economy. Currently Pjsc "Kremenchuk Confectionery Factory "Roshen" is in financial crisis, so control of the amount of receivables has a strategic priority. This is due to the fact that accounts receivable has an active impact on the volume and structure of the company's money supply, its payment turnover, as well as the speed of turnover. Since the company has problems with liquidity, financial stability, profitability and capital, the implementation of this event in the strategic perspective will provide an opportunity to improve its financial and economic situation. The second measure on expanding the advertising activities of the enterprise, which aims to increase the profitability of the enterprise, as one of the problematic aspects in the strategic anti-crisis management of PJSC "Kremenchuk Confectionery Factory "Roshen". Consequently, the possibility of increasing the competitiveness of the enterprise - the introduction of new technologies, new equipment (new lines), improving the appearance due to packaging, development of new types of products. Promotion of the product to the foreign market is a strategically important element for the sale and sale of manufactured products. The expansion of sales is planned to be carried out in two directions: by increasing the capacity of the market; by increasing the assortment and production potential of the factory.

References

1. Balabanova L.V. (2004) Marketynh [Marketing]: textbook. Kyiv: Znannia-Press, 2004. 645 p.
2. Balabanova L.V., Balabanitz A.B. (2003) Marketingovy audit systemy sbyta [Marketing audit of the sales system]: monograph. Donetsk: DonGUET them. M. Tugan-Baranovsky, 2003. 189 p.
3. Gamaliy V.F., Factory I.V. (2012) Suchasni problemy zbutovoyi polityky ukrayinskykh pidpryemstv [Modern problems of sales policy of Ukrainian enterprises] Available at: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf) / (Accesses: 06.08.2020).

-
4. Klyuchnik A.V., Belozertseva I.O. (2015) Teoretychnyy analiz ponyattya «zbut» ta yoho funktsiyi [Theoretical analysis of the concept of "sales" and its functions] *Naukovyy visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. 2015. № 6. Ch. 2. S. 188–191. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/87.pdf> / (Accesses: 06.08.2020).
 5. Lyapunov A.D. (2015) Formyrovanye y optymizatsyya systemy sbyta na osnove systemnoho analiza [Formation and optimization of the sales system based on system analysis] Available at: <http://economics.open-mechanics.com/articles/195.pdf>. (Accesses: 06.08.2020).
 6. Naumov V.N. (2005) *Marketynh sbyta* [Sales marketing]: textbook. Available at: <http://marketing-digital.ru/library/7.pdf>. (Accesses: 06.08.2020)
 7. Kozub V.O., Uvarova A.E. (2018) Upravlinnya zbutovoyu diyalnistyu pidpryyemstva na zovnishnomu rynku [Management of enterprise sales activity on the international market]. *International Humanitarian University Herald. Economics and Management*. 2018. № 34. Available at: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2018/34-2018/5.pdf> / (Accesses: 07.08.2020).
 8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accesses: 06.08.2020).
 9. Ofitsiyyny sayt AT «Kremenchutska kondyterska fabryka «Roshen» [Official site of JSC Kremenchug confectionery factory "Roshen"]. Available at: <http://www.krcf.roshen.com> (Accesses: 02.08.2020).

Paper received: 12.08.2020

Paper Printed : 28.09.2020

УДК 659.1.013

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-3

АНГЕЛКО І. В., САЗАНСЬКА Є. Ю.

Інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

МЕТОДИ ТА ПРИЙОМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СВІДОМІСТЬ СПОЖИВАЧІВ

У статті висвітлено і охарактеризовано основні методи та прийоми психологічного впливу реклами на свідомість споживачів, а також надано практичні рекомендації щодо можливостей їх застосування в рамках ефективної рекламної кампанії окремих суб'єктів підприємницької діяльності.

Ключові слова: реклама, психологічний вплив, продукція, методи, прийоми, ефективність реклами.

ANHELKO I., SAZANSKA E.

Institute of Enterprise and Advanced Technologies «Lviv Polytechnic» National University

METHODS AND TECHNIQUES OF THE PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OF ADVERTISING ON CONSUMER CONSCIOUSNESS

The article highlights and describes the main methods and techniques of psychological impact of advertising on the minds of consumers. It has been found that the methods and techniques of psychological influence used in advertising can change not only people's behavior, but also certain aspects of their cognitive, emotional and personal spheres. The main methods of psychological influence are described, namely informing, persuasion, suggestion and motivation. It is determined that among the methods of psychological influence of advertising the most significant influence is exerted by those that take into account the peculiarities of human mental processes. The generalizing result of the influence of such methods on the consciousness of consumers is their activity against their own interests, which takes place on an unconscious level. It is determined that in the process of creating modern advertising various methods and techniques of psychological influence are used, which can be divided into conscious and unconscious, rational and irrational. It has been proven that in order for advertising to be successful and effective, it must be positive. It is determined that positive advertising should include the following characteristics: reliable information about the advertised product; fulfillment of data in advertising promises; absence of various negative influences on the consumer's subconscious; formation of a positive emotional attitude in the consumer both to the advertising itself and to the product; psychologically competently developed concept, content, plot of advertising; after watching the ad a person should feel self-confidence, inner peace, optimism, a sense of inner harmony. It is proved that positive advertising forms positive thinking in the consumer, generates its leadership, using the opportunity and advantage of the product, reliability remains at the level of the main psychological sciences and basic questions about psychological information.

Key words: advertising, psychological influence, production, methods, receptions, efficiency of advertising.

Вступ. Відомо, що основним елементом комплексу маркетингу, який володіє можливістю психологічного впливу на споживачів, виступає реклама. Власне за допомогою реклами більшість суб'єктів підприємницької діяльності намагається «зберегти» наявних споживачів, а також «здобути» нових. Для цього вони докладають максимум зусиль, роблять усе для того, щоб рекламований ними продукт запам'ятався, і в кінцевому результаті був придбаним, а отже й забезпечив їм прибутки, конкурентні переваги та стійкі позиції на ринку.

У цілому, для того, щоб реклама була успішною та ефективною, під час її розробки повинні враховуватися різні методи та прийоми психологічного впливу, які можуть змінювати не лише поведінку людей, але й окремі аспекти їх когнітивної, емоційної та особистісної сфер. Враховуючи зазначене очевидно, що актуальним є питання дослідження окремих аспектів та особливостей психологічного впливу реклами на свідомість споживачів, можливість їх застосування (реалізації) у практичній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що дослідженню та визначенню теоретико-практичних основ психології реклами, впливу останньої на свідомість людей присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Х. Алдера, З. Антонової, О. Зазимко, М. Корольчука, В. Корольчук, Т. Лагутіної, О. Лебедєва-Любимова, Д. Леонтьєва, С. Миронця, Р. Мокшанцева, О. Проніної, А. Рябчик, Г. Ржевського, У. Скотта, В. Шуванова та ін. Однак, не зважаючи на значну кількість праць присвячених дослідженню зазначеної проблеми, питання використання методів психологічного впливу в рекламі залишається досить відкритим та потребує детальнішого вивчення і аналізу.

Мета та методологія дослідження. Метою статті є висвітлення основних методів та прийомів психологічного впливу реклами на свідомість споживачів, а також особливостей їх практичного застосування в рекламній діяльності. У відповідності до поставленої мети основними завданнями є визначення та узагальнення пріоритетних методів та прийомів психологічного впливу, які використовуються в рекламі, а також подання практичних рекомендацій щодо їх застосування з метою підвищення ефективності останньої.

Для досягнення поставленої мети дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Зокрема, у роботі застосовано методи порівняння та узагальнення, групування та систематизації, аналізу і синтезу, а також прийом табличного відображення результатів дослідження. За допомогою методів порівняння та узагальнення визначено основні методи та прийоми психологічного впливу, а також сформульовано рекомендації щодо їх практичного застосування.

Виклад основного матеріалу. Насамперед необхідно зазначити, що реклама – це один із основних елементів вигоди та ефективних засобів розвитку не лише окремих суб'єктів підприємницької діяльності, але й галузей країни в цілому. За допомогою реклами суб'єкти підприємництва розширюють свої ринки збуту, збільшують обсяги продажів та власні прибутки.

Відповідно до Закону України «Про рекламу», реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена у будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких осіб чи товару [1]. З погляду психології, реклама – це один із можливих посередників між потребою і тим предметом, який міг би її задовольнити, а також спілкування і взаємодія [2].

Як стверджують фахівці, реклама – це могутній засіб впливу і маніпуляції людиною. Вона здатна прямо чи опосередковано формувати і змінювати поведінку людей, їх погляди, думки та ставлення [2; 3, с. 151]. Щоб споживач придбав рекламований продукт, реклама повинна включати наступні основні прийоми психологічного впливу: інформування, переконання, навіювання та спонукання.

Інформування являє собою дані про продукт, які споживачеві необхідно знати. Як правило, ці дані не містять ніяких спонукальних та маніпуляційних прийомів, а лише інформацію, за допомогою якої споживач може ознайомитися з продуктом, його характеристиками та перевагами. Однак, варто зазначити, що саме інформування у рекламі зустрічається дуже рідко, адже самостійно воно не здатне спонукати споживача до миттєвої дії – придбання.

Переконання являється власне тим прийомом за допомогою якого реклама здатна вплинути на споживача на різних рівнях. Відомо, що переконання передбачає критичне осмислення споживачем отриманої рекламної інформації, її співвідношення з попереднім власним життєвим досвідом. Особливістю даного процесу є те, що він направлений на раціональну сферу свідомості (логіку та розум) потенційного споживача.

Переконання може здійснюватися за допомогою різних методів (рис. 1).

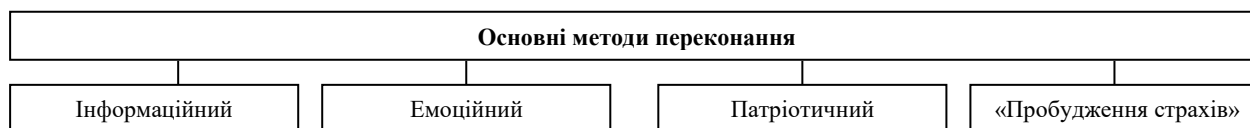


Рис. 1. Основні методи переконання в рекламі

Інформаційний метод переконання насамперед спрямований на подання необхідної інформації про продукт. Однак, все ж таки, деякі психологічні прийоми у ньому використовуються. Так, наприклад, дуже часто, свідомо заздалегідь вказується завищена ціна товару, до якої «прив'язується» споживач ще до безпосереднього ознайомлення з ним. Після того як товар «випускається» на ринок, ціна вказується нижче тієї, яка була заявлена раніше. Це призводить до того, що споживачі починають вірити в те, що купуючи даний товар вони виграють. Насправді ж, за ціною, яка була вказана до початку ознайомлення з товаром, ніхто не збирався його продавати. Таким чином, споживач побачивши спершу високу ціну, а потім ніби знижену, залишається переконаний в тому, що придбання товару є вигідним та розумним рішенням.

Емоційний метод переконання – це один з найбільш використовуваних методів психологічного впливу, який спрямовується на те, щоб викликати у споживача певні емоції (у більшості випадків спогади про щось приємне) при перегляді реклами. Даний метод тісно пов'язаний з патріотичним, який так само як і емоційний, маніпулює емоціями споживача, однак, «націлений» на почуття патріотизму і любові до своєї батьківщини.

Метод «пробудження страхів» спрямований на те, щоб у свідомості споживачів «створити» загрозу того, що може трапитися, якщо вони не будуть використовувати запропоновану продукцію. Даний метод є дуже ефективним при рекламі медичних препаратів та при виході нового продукту на ринок, якому притаманна велика кількість конкурентів.

Загалом, всі методи переконання спрямовані на те, щоб за допомогою аргументації показати споживачеві переваги рекламowanego товару, і в кінцевому результаті вплинути на рішення щодо його придбання [4, с. 138]. Однак, серед фахівців існує думка, що переконати споживача в необхідності придбання певного товару можна лише у випадку, коли у нього є певна потреба чи інтерес в останньому. Тому, при використанні методу переконання необхідно передбачити, які контраргументи може висунути споживач, і заздалегідь їх спростувати. Для цього потрібно знати упередження і власну аргументацію споживачів [2].

Прийом навіювання (сугестії), на відміну від переконання, не вимагає критичного сприйняття інформації, її аналізу та оцінки, а лише поверхневого ознайомлення та засвоєння отриманих даних. У загальному, сугестія являє собою тонкий процес впливу на волю і почуття людини, результат якого багато в чому залежить від особистісних характеристик самої людини (невпевненість, тривожність, почуття власної неповноцінності, низька самооцінка, підвищена емоційність, вразливість та ін.), її психічного стану (депресія, стрес, втома і т.д.), життєвого досвіду, рівня знань, компетентності тощо. Здійснюється навіювання з метою створення певних станів чи спонукання до певних дій.

Об'єктом навіювання може бути окрема людина, групи (колективи) людей чи цілі соціальні верстви населення. Навіювання може здійснюватися у формі гетеросугестії (зовнішнє навіювання) або аутосугестії (самонавіювання) [5, с. 16–17]. Крім того, розрізняють психомоторне (покупець готовий погоджуватися із інформацією, на основі некритичності сприйняття) і престижне (його думка змінюється під впливом інформації, отриманої із авторитетного для нього джерела) навіювання [6, с. 285].

Для того, щоб прийом навіювання дав «позитивний» результат, необхідно, щоб у рекламі:

- використовувалися лише ті слова, зміст яких зрозумілий і конкретний, потрібно уникати абстрактних і розпливчастих понять, які знижують ефект навіювання;
- не використовувалися негативні твердження, оскільки вживання таких часток як «ні» і «не» насторожує та викликає сумніви;
- додавалися якісні характеристики при описі товару або послуги, це значно підвищить навіювання, так як подібний метод збагачує враження та уяву споживача;
- застосовувалися основні прийоми мовної динаміки (м'якість і сила голосу, інтонація, пауза тощо), міміки та жестикуляції.

Не менш важливим прийомом психологічного впливу реклами на свідомість споживачів є спонукання. Метою останнього є миттєва реакція споживачів на рекламу, бажання придбати товар або скористатися послугою. Спонування направлене на те, щоб закликати споживача до дії – придбання.

В рекламній практиці, окрім зазначених прийомів психологічного впливу реклами на свідомість споживачів, використовують низку й інших методів, зокрема: психоаналітичний метод, еріксонівський гіпноз, нейролінгвістичне програмування, лінгвістичне маніпулювання, соціально-психологічні установки, стереотипи, ідентифікацію, механізм «ореолу», наслідування, психологічне зараження, рекламні шоу та технологію «25-го кадру» [2; 7, с. 143–144]. Варто зазначити, що серед даних методів найбільш значний вплив здійснюють ті, в яких враховуються особливості психічних процесів людини. При цьому, узагальнюючим результатом впливу таких методів на свідомість споживачів є їх діяльність всупереч власним інтересам, що відбувається на несвідомому рівні.

У цілому, розрізняють декілька рівнів впливу реклами на поведінку споживачів (когнітивний (розумовий), афективний (емоційний) та рівень, що спонукає), кожен з яких володіє певними особливостями.

Висновки. Підсумовуючи, доцільно зазначити, що в процесі створення сучасної реклами використовуються різні методи та прийоми психологічного впливу, які умовно можна поділити на усвідомлені та неусвідомлені, раціональні (засновані на логіці і переконуваних свідченнях) та нераціональні (засновані на емоціях і почуттях). Характер же усіх впливів може бути як позитивним, так і негативним.

Для того, щоб реклама була успішною та ефективною вона, насамперед, повинна бути позитивною, тобто такою, яка не розрушає психіку, а формує позитивне мислення у споживача, генерує його поведінку, показуючи унікальність та переваги товару, необхідність в останньому на основі головних засад психології і елементарних відомостей про психологію особистості. На нашу думку, позитивна реклама повинна включати наступні характеристики: достовірну інформацію про рекламований товар; виконання даних в рекламі обіцянь; відсутність різного роду негативних впливів на підсвідомість споживача; формування у споживача позитивного емоційного ставлення як до самої реклами, так і до товару; психологічно грамотно розроблену концепцію, зміст, сюжет реклами; після перегляду реклами людина повинна відчувати впевненість в собі, внутрішній спокій, оптимізм, відчуття внутрішньої гармонії. Вміле поєднання зазначених характеристик позитивної реклами та їх застосування на практиці дозволить окремим суб'єктам підприємництва підвищити не лише ефективність своєї діяльності шляхом збільшення обсягів продажу, але й позиції на ринку.

Література

1. Про рекламу : закон України від 03.07.1996 №271/96-ВР зі змінами [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#n12>
2. Рябчик А.В. Методи психологічного впливу в рекламі [Електронний ресурс] / А.В. Рябчик // Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу : http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2018/94.pdf
3. Антонова З.О. Психологічні особливості впливу реклами на споживача / З.О. Антонова // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2014. – Вип. 1. – С. 149–153.
4. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін.]. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.
5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – 2-е вид. – К. : ЗАТ «ВПІОЛ», 2011. – 248 с.
6. Сватюк О.Р. Управлінський вплив на підвищення успішності реклами / О.Р. Сватюк // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 2. – С. 282–287.
7. Діброва Т.Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підручник / Т.Г. Діброва, С.О. Солнцев, К.В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.

References

1. Pro reklamu : zakon Ukrainy vid 03.07.1996 №271/96-VR zi zminamy [Elektronnyi resurs] / Verkhovna Rada Ukrainy. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#n12>

-
2. Riabchuk A.V. Metody psikhologichnoho vplyvu v reklamі [Elektronnyi resurs] / A.V. Riabchuk // Efektyvna ekonomika. – 2018. – № 11. – Rezhym dostupu : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/94.pdf
 3. Antonova Z.O. Psikhologichni osoblyvosti vplyvu reklamy na spozhyvacha / Z.O. Antonova // Pedahohichni protses: teoriia i praktyka. – 2014. – Vyp. 1. – S. 149–153.
 4. Psikhologhiia reklamy : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. / [O.V. Zazymko, M.S. Korolchuk, V.M. Korolchuk ta in.]. – Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2016. – 384 s.
 5. Suhestyvni tekhnologii manipulyativnoho vplyvu : navch. posib. / [V.M. Petryk, M.M. Prysiazhniuk, L.F. Kompantseva, Ye.D. Skulysh, O.D. Boiko, V.V. Ostroukhov] ; za zah. red. Ye.D.Skulysha. – 2-e vyd. – K. : ZAT «VIPOL», 2011. – 248 s.
 6. Svatiuk O.R. Upravlinskyi vplyv na pidvyshchennia uspishnosti reklamy / O.R. Svatiuk // Stalyi rozvytok ekonomiky. – 2013. – № 2. – S. 282–287.
 7. Dibrova T.H. Reklamnyi menedzhment: teoriia i praktyka : pidruchnyk / T.H. Dibrova, S.O. Solntsev, K.V. Bazherina. – Kyiv : KPI im. Ihoria Sikorskoho, Vyd-vo «Politekhnik», 2018. – 300 s.

Надійшла / Paper received: 11.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

УДК 331.108.2.522

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-4

БАЗАЛІЙСЬКА Н. П., КОШОНЬКО О. В.

Хмельницький національний університет

РЕКРУТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розглянуто рекрутинг як інноваційну технологію формування персоналу на промисловому підприємстві. Обґрунтовано актуальність дослідження ринку рекрутингових послуг, що підтверджує високий та стабільний попит на послуги кадрових агентств. Визначено основні проблеми у цій сфері: недостатньо висока якість послуг, відсутність професійних стандартів, висока плинність кадрів в агенціях, низька кваліфікація консультантів з підбору персоналу, відсутність статистичних даних про чисельність кадрових агенцій, фінансово-економічних показників їх діяльності. Сформовано алгоритм застосування рекрутингу як оптимізаційної технології формування персоналу підприємства.

Ключові слова: інноваційна технологія формування персоналу, рекрутинг, хедхантинг, аутплейсмент, ринок рекрутингових послуг.

BAZALIYSKA N., KOSHONKO O.

Khmelnitskyi National University

RECRUITMENT AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY OF PERSONNEL FORMATION AT AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN MODERN BUSINESS CONDITIONS

In the modern world, a person is a key resource of any organization, the choice of which will depend on the success and effectiveness of the employee and the company as a whole. This article is considered one of the branches of HR recruitment. Recruitment is considered as an innovative technology of personnel formation at an industrial enterprise. The relevance of the research of the recruitment services market is substantiated, which confirms the high and stable demand for the services of recruitment agencies. The main problems in this area are identified: insufficient quality of services, lack of professional standards, high staff turnover in agencies, low qualification of recruitment consultants, lack of statistics on the number of staffing agencies, financial and economic indicators of their activities. It identifies the place of internal and external recruitment in the labour market system. The core, role and importance of recruitment for employers were defined; problems and prospects of its development were investigated. The algorithm of application of recruitment as optimization technology of formation of the personnel of the enterprise is formed.

Socio-political changes in the early 90's had a strong impact on all sectors of production and services. The decline in production capacity has not only led to significant economic losses, but also caused labor imbalances in the labor market. For industrial enterprises, this had the effect of a shortage of skilled workers. Today, manufacturing professions have the status of "unprestigious". A small number of entrants are trained in manufacturing professions. This leads to the fact that highly skilled workers reach almost pre-retirement age, and no one can replace them. That is why every manufacturing company should pay more attention to the hiring process. Summarizing scientific approaches to the definition of recruitment, we can conclude that recruitment is a set of actions aimed at finding and identifying persons who by their professional, psychological and physiological qualities correspond to the position.

Key words: innovative technology of personnel formation, recruiting, headhunting, outplacement, market of recruiting services.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах ринкової економіки одним із головних факторів успіху підприємства є підбір персоналу. Основна проблема для керівників у галузі управління персоналом – це правильний підбір грамотних і кваліфікованих працівників для підприємства. Людські ресурси – це фактор прибутку і рівня якості послуг. Водночас люди – це ризики і суттєві витрати. Найважливіше завдання будь-якої установи полягає у тому, щоб звести такий ризик до мінімуму. Саме тому надважливим є високий рівень професіоналізму рекрутера. Для цього необхідно чітко орієнтуватися в концептуальних засадах підбору та відбору персоналу. Також за умов глобалізації та інформатизації світової економіки, модернізації виробництва для нормального функціонування ринкових механізмів необхідні спеціальні бізнес-послуги. До них відноситься і діяльність з пошуку, відбору та працевлаштування персоналу, або рекрутингова діяльність. Підґрунтям існування ринку рекрутингових послуг є постійний дефіцит кваліфікованих робочих, спеціалістів, менеджерів, що здатні забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Крім того, на сьогодні на ринку праці в Україні присутній певний дисбаланс: великий рівень безробіття і водночас значний попит на високваліфікованих спеціалістів. Саме для того, щоб залучати до роботи найкращих фахівців, необхідно використовувати інноваційні методи рекрутингу персоналу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сутності та змісту інноваційної технології рекрутингу персоналу в системі управління персоналом та розроблення практичних рекомендацій щодо його використання у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Проблемам рекрутингу, набору персоналу, управління персоналом, кадрової політики присвячені роботи зарубіжних та вітчизняних вчених: М. Армстронга, Р. Дж. Еренберг, Ф. Бернірі, В. Паундстоун, Д. Ломмел,

Н. Гада-Джейн, Г. Десслер, М. Г. Белопольського, О. А. Зінченко, Т. Г. Логутової, О. М. Орлової, А. І. Кибанової, С. А. Карташової, С. В. Іванової, І. А. Кокоревої, М. Н. Магури, Ю. Г. Одегової та інших вчених. Аналіз літератури свідчить, що в працях вчених створена добротна база для дослідження розвитку рекрутингу на ринку праці в Україні. У той же час проблема вдосконалення системи управління персоналом потребує подальшого розвитку.

Як свідчить досвід провідних держав як за умов стабільного розвитку, так і за кризових явищ зростає потреба в нових підходах до кадрового забезпечення діяльності організацій і, особливо, бізнес-структур. У сучасних умовах розвитку України на ринку праці склалась парадоксальна ситуація: при досить високому рівні безробіття спостерігається дефіцит кваліфікованих фахівців. Тому виникає необхідність в активному розвитку ринку праці, появі нових інститутів, що здійснюють на нього значний вплив. Це зумовило виникнення нового напрямку на ринку праці – рекрутингової діяльності. Однак сучасний український рекрутинг значно відстає по якості підбору персоналу, а вітчизняний ринок праці не досить використовує можливості агентств для пошуку висококваліфікованого персоналу.

Сьогодні світовий науковий доробок зі технологій управління персоналом є численним і широкоспекторним. З метою прискорення процесу їхньої імплементації для фахівців-практиків актуальним питанням є систематизація інноваційних технологій за відповідними критеріями. Рівень теоретичного та практичного осмислення сутності оптимізаційних технологій формування персоналу в реалізації стратегічних цілей на підприємстві залежить від методичної бази, а також моделювання предмету дослідження (розробка алгоритму) через виявлення причинно-наслідкових зв'язків (рис. 1). Методична база передбачатиме використання інтегрованого комплексу емпіричних, факторних (економіко-математичних: статистичних, оптимізаційних) і традиційних методів.



Рис. 1. Алгоритм застосування рекрутингу як оптимізаційної технології формування персоналу підприємства

По мірі розвитку даного напрямку особливої актуальності набуває внутрішній рекрутинг як один із способів використання персоналу, коли підприємство намагається заповнити вакантну позицію, вибираючи із вже наявних працівників, не вдаючись до зовнішніх ресурсів. Деякі керівники, особливо на великих підприємствах, віддають перевагу внутрішньому рекрутингу над зовнішнім, оскільки на великому підприємстві працює безліч співробітників з самим різним рівнем кваліфікації, знаннями і особливими характеристиками, тому у керівників дійсно є вибір. Проте внутрішній рекрутинг має певні недоліки: обмеженість вибору, виникнення конфліктів між працівниками. Для успішного внутрішнього рекрутингу має бути декілька складових: позитивна репутація підприємства як працедавця; висока динаміка розвитку бізнесу.

Управління персоналом – одна з підсистем системи управління підприємством, необхідна для залучення й ефективного використання наявної на ринку праці робочої сили для досягнення цілей підприємства. Економічне середовище, в якому функціонують сучасні підприємства, характеризується кризовими явищами. Особливої уваги в контексті цієї проблеми потребує управління персоналом із застосуванням таких інструментів кадрового консалтингу, як аутсорсинг (для більшості кадрових функцій)

та рекрутинг (для функцій із підбору персоналу). Рекрутинг визнають одним із дієвих інструментів успішного здійснення кадрової політики та розглядають у контексті як комплексного, так і індивідуального підходу до виконання функцій з оцінювання посади, створення профілю компетенцій, визначення оптимальних каналів пошуку персоналу, інструментарію оцінювання, презентації кандидатів, супроводження у період адаптації [1, с. 133].

Перевагою співпраці з рекрутинговими агенціями є те, що вони підбирають не просто кваліфікованих, а й інтелектуально розвинених, психологічно сумісних кандидатів, які відповідають усім вимогам замовника. Разом із тим недоліками є: 1) високі витрати; 2) підвищення плинності кадрів; 3) високий ступінь ризику, що претендент не пройде випробувальний термін через неприйняття його колективом; 4) тривалий період адаптації; 5) блокування можливостей службового зростання для працівників підприємства, що погіршує психологічний клімат.

Головна конкурентна перевага рекрутингової агенції – висококваліфікований персонал. Рівень компанії визначається компетентністю фахівців, що працюють в ньому, а постійне підвищення професійного рівня співробітників – запорука підвищення ефективності роботи в цілому. Лише комплексний підхід до вирішення завдань, що стоять перед рекрутинговими агенціями сьогодні, забезпечить ефективність їхньої діяльності на ринку спеціалізованих послуг у майбутньому.

Формування змісту й сутності поняття «рекрутинг» стало предметом досліджень багатьох українських і зарубіжних науковців. На сьогодні є багато теоретичних праць стосовно формування сучасного понятійного апарату рекрутингу. Хоча дискусійним залишається визначення змісту поняття «рекрутинг». Якщо звернутися до англо-російського словника, то рекрутинг визначено як набір новобранців [2, с. 284]: «Далі (табл. 1) розглянемо підходи різних авторів до поняття «рекрутинг»». Аналіз наведених понять показав, що кожен автор ідентифікує поняття через особисте бачення, підкреслюючи певні особливості процесу управління персоналом.

Таблиця 1

Основні поняття до розкриття змісту категорії «рекрутинг»

Автор	Визначення поняття рекрутинг	Основне поняття
Качан К.П. [2, с. 282]	Двосторонній процес залучення і утримання персоналу	Процес залучення та утримання
Лаврінченко О.С. [3, с. 4]	Це пошук та оцінка персоналу в різних підприємствах для виконання певної роботи	Робота з пошуку та оцінювання персоналу
Божанова В.Ю., Русінко М.І. [4, с. 36]	Підбір кваліфікованих кадрів для сторонніх підприємств за винагороду	Підбір кадрів
Іванов А.Є. [5, с. 18]	Підбір персоналу за формальними вимогами замовника з урахуванням особистості та ділових якостей, що здійснюють за базою кандидатів і відгуками оголошення	Підбір персоналу
Пул М. [6, с. 847]	Здійснення процедури залучення та первинного підбору, частіше більш глибокий відбір, який здійснює організація, у тому числі в період здійснення процедури звільнення та первинного відбору; часто в період випробувального терміну	Здійснення процедури залучення персоналу
Бакірова Г.Х. [7, с. 60]	Процес створення бази даних про працівників потрібної кваліфікації для задоволення потреб підприємства в персоналі	Процес створення бази даних
Аллін О.Н., Сальнікова Н.І. [8, с. 23]	Система доцільних дій із залучення на роботу кандидатів, які мають якості, потрібні для досягнення цілей підприємства	Система доцільних дій із залучення кандидатів
Сгоршин А.П. [9, с. 49]	Процес відбору відповідних кандидатур на вакантні робочі місця, виходячи з наявного резерву кадрів на біржі праці та на підприємстві	Процес відбору відповідних кандидатур
Грехем Х.Т., Беннетт Р. [10, с. 292]	Перший етап процесу заповнення вакансій включає вивчення характеристик вакантних місць, розгляд умов залучення відповідних кандидатур, установлення контактів з цими претендентами та отримання від них заповненої анкети вступника на роботу	Етап процесу заповнення вакансій, вивчення характеристик
Лухманова А. Сидорова А. [11, с. 4]	Метод вибору найбільш відповідного кандидата на певну посаду в підприємстві	Метод вибору кандидата
Самигін С.І., Столяренко Л.Д. [12, с. 211]	Створення необхідного резерву кандидатів на всі посади та спеціальності, з яких організація відбирає найбільш відповідного працівника	Створення резерву кандидатів
Розанова В.А. [13, с. 374]	Процедура, що дає можливість створити резерв потенційних кандидатів для ряду посад, які планує сфера праці	Процедура створення резерву
Щокін Г. [14, с. 803]	З'ясування психологічних і професійних якостей людини з метою визначення їх відповідності щодо виконуваної роботи	Визначення якостей претендента
Кібанов А.Я., Дуракова І.Б. [15, с. 306]	Виділення з числа претендентів на вакантну посаду керівника або спеціаліста з управління, завдяки оцінюванню ділових якостей претендента	Виділення претендентів, завдяки оцінюванню ділових якостей
Журавльов П.В., Карташов С.А., Маусов Н.К. [16, с. 178]	Оцінювання професійно важливих ділових або інших якостей на вакантні посади; вибір із кращих з резерву, створеного у ході вербування	Оцінювання якостей претендента
Лайм М. [17, с. 243]	Процес визначення відповідності людей і роботи, людей поза компанією (рекрутинг і відбір нових працівників) або в ній	Процес визначення відповідності кандидата щодо вимог
Сербіновський Б.Ю. [18, с. 297]	Процес вибору організацією одного з ряду претендентів на вакантне місце, найбільш відповідне за критеріями відбору, задоволення досягнення майбутнього працівника обійняти посаду, щоб реалізувати свої здібності та можливості	Процес вибору кандидата

Отже, рекрутинг як комунікативний бізнес-процес об'єднує в систему доцільних дій з пошуку, вивчення, відбору, оцінювання й створення резерву кандидатів з метою реалізації їхніх здібностей і можливостей для досягнення цілей підприємства. Кадровий менеджмент на будь-якому підприємстві функціонує завдяки впровадженню ефективних технологій. Технології кадрового менеджменту є системою цілей, засобів і способів управлінського впливу на персонал. Доцільно зупинитися більш докладно на технологіях підбору персоналу, адже саме формування персоналу є основним завданням кадрового менеджменту не тільки на старті розвитку підприємств, а й протягом усієї його діяльності.

Якщо звернутися до словника, то підбір і набір кадрів – це одна з основних функцій управлінського циклу, яку виконує керівний орган підприємства [3]: «Щодо відбору персоналу, то за змістом його розглядають як частину процесу наймання персоналу, пов'язану з виокремленням одного або кількох кандидатів на вакантну посаду серед усіх претендентів.»

Відбір кандидата потрібно розглядати як процес відбору кого-небудь за встановленими критеріями із загальної кількості працівників, які відповідають параметрам [4]: «Поняття «відбір персоналу» – це процес відбору кандидатів з необхідними кваліфікаціями для заповнення позицій на підприємстві». У словнику «термін «відбір персоналу» розглядається як один із процесів рекрутингу, але ця думку не простежується в науковій літературі, оскільки більшість авторів керуються виключно своїм тлумаченням». Отже, аналіз понять «відбір» та «підбір» персоналу, показав, що вони дуже різняться певним набором дій. Розглянемо різницю цих понять (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз ключових дій підбору та відбору персоналу

Підбір персоналу	Відбір персоналу
Система доцільних дій щодо залучення кандидатів	Заходи та дії щодо виявлення відповідності кандидата
Процес відбору відповідних кандидатур	Процес раціонального вибору кандидата
Етап процесу заповнення вакансій	Процес вивчення якостей кандидата
Метод вибору кандидата	Процес оцінювання претендента
Створення резерву кандидатів	Виділення претендентів
Процедура створення резерву	Оцінювання якостей претендента
Визначення якостей претендента	Оцінювання кандидатів

Як свідчить порівняльна таблиця, сутність дій обох понять принципово різна. Таким чином, ототожнювати ці поняття неправомірно, адже вони принципово різняться за своїм змістом. Дані поняття є елементами етапів рекрутингу персоналу. Так, спочатку рекрутер отримує замовлення від підприємства-замовника, потім аналізує кадровий ринок, складає список потенційних кандидатів – реалізує підбір кандидатів, проводить набір за цими заявками, відсіювання за допомогою спеціальних методик, а далі вже відбір кандидата та представлення його замовникові. Цим питанням частково займалися такі науковці: «О. Свергун, В. В. Репін, С. В. Шекшня». Залучення персоналу – це бізнес вищого керівництва, тому що займає значну частину бюджетного часу першого керівника. Перевтілення працівників на ключову виробничу силу сучасної економіки перекладає вантаж відповідальності за якість персоналу підприємства на його першого керівника, що може задовольнятися делегуванням цього процесу відділу людських ресурсів.

Підбір персоналу для будь-якого підприємства є дуже відповідальним і складним процесом, неможливий без дотримання певного алгоритму, що використовується незалежно від технологій підбору кадрів. Практика показала, що промисловим підприємствам необхідно підтримувати світові тенденції і звертатися до сучасних технологій набору персоналу. У роботі розглянуті найбільш поширені методи підбору кадрів із зовнішніх джерел, серед яких актуальні хедхантинг, рекрутинг і скринінг (табл. 3) [5, с. 175].

Таблиця 3

Методи підбору персоналу на промислових підприємствах України

Хедхантинг	Рекрутинг	Скринінг
«Якісний пошук»	«Поглиблений підбір»	«Поверхневий» підбір на «масові» позиції
Враховує особисті та ділові якості кандидата	Підбір здійснюється через оголошення і ЗМІ	Підбір по формальним вимогам (Освіта, стать, вік, досвід роботи)
Підбір ключових менеджерів і фахівців	Вибір кращих з наявних в базі	Імовірність вдалого закриття вакансії становить 5–10 %
Підбір проводиться з урахуванням особливостей підприємства і повним отриманням всіх даних про кандидата	Підбір по формальними вимогами з урахуванням особливостей ділових і особистісних якостей кандидата	Підбір проводиться з урахуванням особливостей підприємства і повним отриманням всіх даних про кандидата

Можна зробити висновок, що, завдяки комунікаційним процесам, залучаючи на підприємство якісний склад персоналу, керівник впливає на саму вартість підприємства. Тому саме якісний підбір персоналу, саме вміння залучати людей визначає подальший розвиток бізнесу. За іншим висновком, рекрутинг – це комунікативна бізнес-діяльність, де саме в процесі управління інформаційними ресурсами та

інформаційними потоками, використання відповідних знань і вмінь щодо комунікативних процесів синергетично досягаються цілі підприємства. Також можна виділити три основні види бізнесу: торгово-посередницький; виробничий і бізнес на основі надання послуг. Отже, рекрутинг за своєю суттю, є бізнес-процесом, тому що він – джерело надання послуг щодо підбору персоналу. Використання рекрутингу передбачає підбір кадрів з урахуванням реальних особливостей робочого місця і ділових, особистих якостей кандидата, здійснюється за допомогою наявної бази кандидатів і за відгуками на оголошення у ЗМІ. Рекрутинг може проводити саме підприємство або рекрутингове агентство.

Існує два види рекрутингу: внутрішній і зовнішній. Внутрішній рекрутинг – одна з форм кар'єрного зростання працівників фірми. Зовнішній рекрутинг – це пошук і підбір кандидатів зі сторонніх джерел.

Рекрутингові агентства приносять велику користь для підприємств, оскільки вибирають кращих кандидатів на заміщення вільних вакансій, і в цьому випадку невдалий вибір практично виключений.

Практика показала, що промислові підприємства України більше використовують рекрутинг (80 %), 15 % – скринінг і тільки 5% – хедхантинг (рис. 2) [6, с. 602].

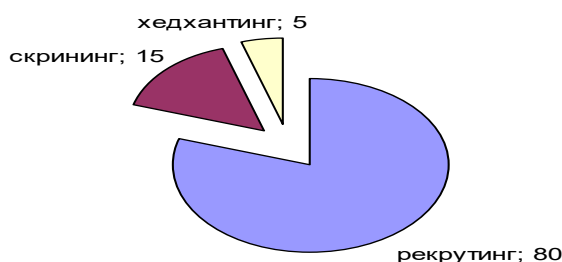


Рис. 2. Використання сучасних методів при формуванні персоналу на підприємствах України, %

Варто зазначити, що керівники відділів з розвитку персоналу промислових підприємств в якості способів залучення персоналу використовують і традиційні методи підбору. Статистичні дані свідчать, що 15 % працівників були прийняті за допомогою оголошень, 25 % – шляхом внутрішнього набору, 15 % – з навчальних закладів, 10 % – кадрові агентств, 10 % – фахівці з інших міст країни та з-за кордону (рис. 3) [7, с. 76].

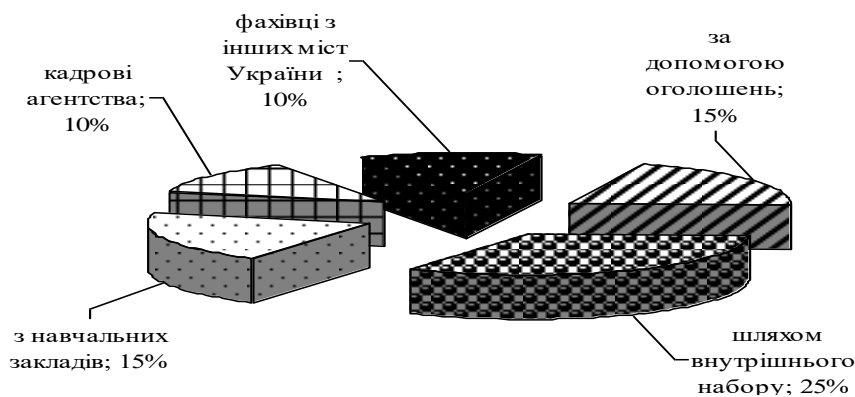


Рис. 3. Використання традиційних методів підбору персоналу на промислових підприємствах України

Для кожного промислового підприємства вибір технологій багато в чому залежить від впливу таких фундаментальних чинників, як: характер внутрішнього середовища підприємства; термін існування; зовнішні фактори, що впливають на життєдіяльність підприємства; професіоналізм і компетентність HR-фахівців.

Роль внутрішнього рекрутингу на промислових підприємствах серйозно недооцінюється. Під час використання внутрішнього рекрутингу підприємство створює умови для професійної кар'єри та професійного розвитку власних працівників. Створення практики, яка формує у працівників тверду впевненість у можливості зробити кар'єру на промисловому підприємстві, – це джерело підвищення прихильності персоналу до свого підприємства (див. табл. 4).

Кадрова політика промислового підприємства орієнтована на розширення практики заповнення вакансій за рахунок працівників підприємства, вимагає великої підготовчої роботи. При цьому починати доводиться з усунення перешкод, що заважають розвитку системи внутрішнього рекрутингу.

До таких перешкод на промисловому підприємстві можна віднести: відсутність розробленої системи оцінки трудових показників, досягнень працівників, що дозволяє формувати відповідний кадровий

резерв; недостатньо організована практика інформування працівників про вакансії, які є в підрозділах підприємства; відсутність документів, що регламентують внутрішній рекрутинг, і погана організація відповідних процедур [8, с. 37].

Таблиця 4

Основні переваги та недоліки внутрішнього рекрутингу для підприємства

Переваги внутрішнього рекрутингу	Недоліки внутрішнього рекрутингу
Можливості службового зростання (поліпшення соціально-психологічного клімату)	Викликає проблеми у тих працівників, яких обійшли з підвищенням
Підвищення мотивації, ступеня задоволеності працею	Переклади на нові позиції не задовольняють потребу в кадрах
Можливість цілеспрямованого підвищення кваліфікації персоналу	Обмежений вибір кадрів
Збереження рівня оплати праці, наявного на даному підприємстві	Можливі напруженість в колективі у разі появи кількох претендентів на посаду керівника
Можливість росту молодих кадрів даного підприємства	Використання особистих відношенні при вирішенні ділових питань
Швидке заповнення звільнилася штатної посади, без тривалої адаптації	Навчання для переведення на більш високу посаду пов'язано з додатковими витратами
Можливість кращого оцінювання здібностей «внутрішніх» претендентів	
Знання підприємства претендента на посаду	

З метою ефективної реалізації підбору персоналу на промисловому підприємстві в роботі запропоновано використовувати поетапний процес внутрішнього рекрутингу (рис. 4).

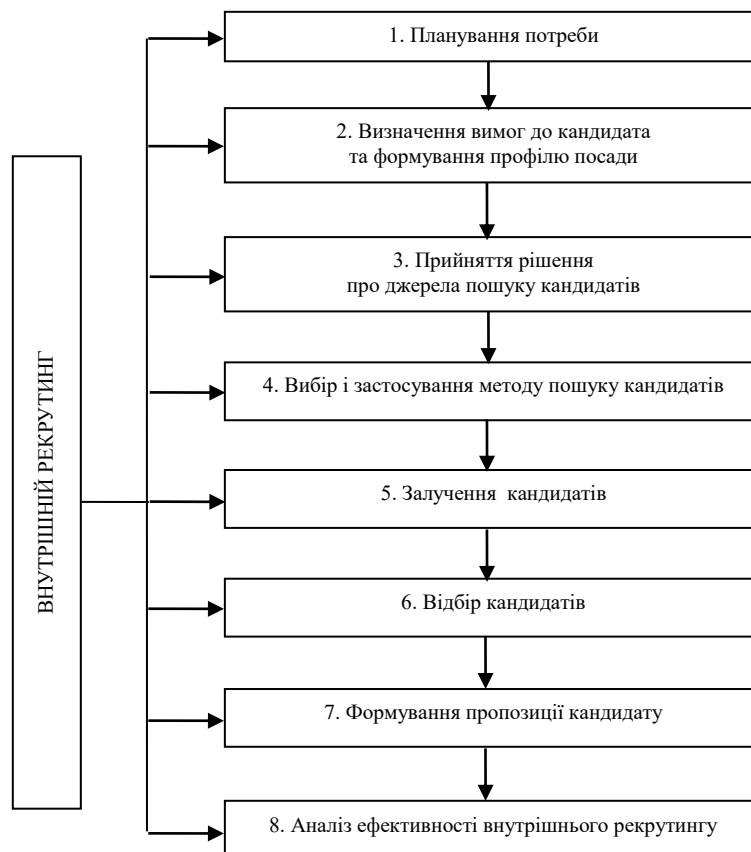


Рис. 4. Процес здійснення внутрішнього рекрутингу на промисловому підприємстві

Для формалізації оцінки кандидатів у процесі відбіркових процедур внутрішнім рекрутером спільно з керівником відділу складається перелік вимог до кандидата на вакантну посаду (професіограма) і такі показники оцінки кандидатів на вакансії: зовнішній вигляд, презентаційні навички, мотивація, досвід роботи та освіта, інтелект, професійні знання й навички, особистісні характеристики, потенціал зростання, працездатність і здоров'я.

Зовнішній рекрутинг як система підбору і відбору персоналу орієнтований на ресурси ринку праці, а внутрішній рекрутинг – на можливості (кваліфікаційні, адаптаційні, мотиваційні) власного персоналу.

Оптимальне поєднання технологій зовнішнього і внутрішнього рекрутингу є найбільш актуальним для сучасних промислових підприємств.

Аналіз переваг та недоліків зовнішнього рекрутингу (див. табл. 5) показав, що зовнішній рекрутинг має більше негативних якостей, ніж позитивних. У зв'язку з цим виникає необхідність у використанні внутрішнього рекрутингу, що визначається як одна зі складових кадрової політики, орієнтованої на розвиток працівників і отримання від них максимальної віддачі з допомогою заповнення вакансій за рахунок працівників, що вже працюють на промисловому підприємстві. При цьому розрізняють не тільки джерела надходження кандидатів для заповнення наявних вакансій, але й методи, що використовуються при цьому. Процес відбору, орієнтований на використання зовнішніх джерел робочої сили, вміщує в собі ряд етапів, кожен з яких вирішує свої завдання та відрізняється специфічними процедурами, методами і прийомами роботи промислового підприємства.

Викладене дозволяє зробити висновок, що необхідне ефективне поєднання зовнішнього і внутрішнього рекрутингу для промислового підприємства. Впровадження цього підходу можливо за допомогою розробленої, схваленої керівництвом і письмово зафіксованої кадрової політики підприємства. Внутрішній рекрутинг вважається більш економічно вигідним для промислового підприємства тому, що витрати на звільнення старих і набором нових працівників є значно нижчим в порівнянні з зовнішнім рекрутингом.

Таблиця 5

Переваги та недоліки зовнішнього рекрутингу для промислового підприємства

Переваги зовнішнього рекрутингу	Недоліки зовнішнього рекрутингу
Широкі можливості вибору кандидатів	Високі витрати на залучення кадрів
Поява нових імпульсів для розвитку підприємств	Великий відсоток працівників, прийнятих із боку (порівняно з внутрішнім наймом)
Можливість повного задоволення потреби в кадрах	Сприяє росту плинності кадрів
Мала загроза виникнення інтриг всередині підприємства	Висока ступінь ризику під час проходження випробувального терміну
Новий співробітник приносить свіжі ідеї на підприємстві	Новий працівник погано знає підприємство
Роботодавець має можливість побачити, як йдуть справи поза межами підприємства	Труднощі при звиканні до корпоративної культури, стилю управління Блокування можливостей службового зростання для працівників підприємства
Період входження в нову посаду неминуче пов'язаний зі зниженням продуктивності	Період входження в нову посаду неминуче пов'язаний зі зниженням продуктивності
Тривалий період адаптації	Тривалий період адаптації

В роботі було проаналізовано та оцінено вплив блоків знання (орієнтованих чинників), на ефективність використання внутрішнього та зовнішнього рекрутингу на промислового підприємства (рис. 5). До блоків належить: 1. Знання про підприємство. 2. Знання про вакансії і розуміння вимог до кандидата. 3. Знання джерел пошуку. 4. Знання методів оцінки.

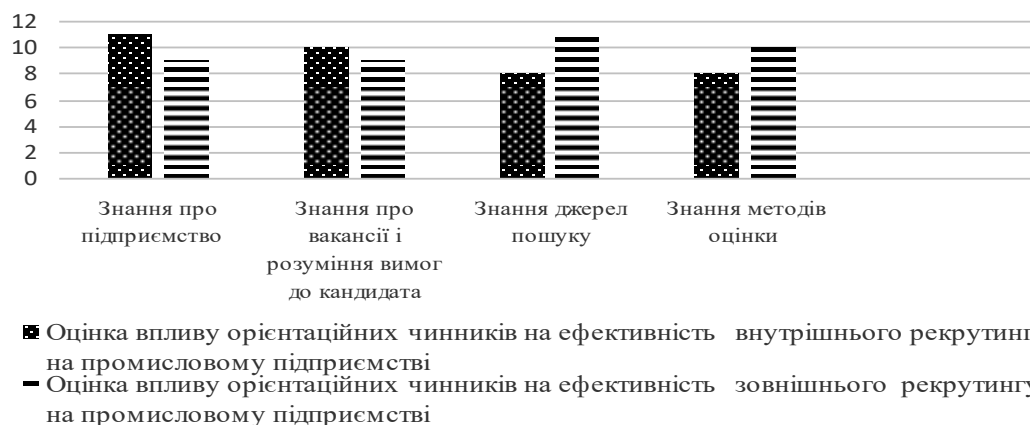


Рис. 5. Оцінка впливу орієнтаційних чинників на ефективність внутрішнього та зовнішнього рекрутингу для промислового підприємства

За умови успішної побудови системи підбору персоналу та належного професіоналізму внутрішніх рекрутерів промислового підприємства може закрити вакансії самостійно, не звертаючись по допомогу до спеціалізованих агентств. Виняток становлять випадки, коли роботодавець чітко знає, якого фахівця йому

хотілося б «переманити» за допомогою хедхантингу, залишаючи репутацію промислового підприємства незаплямованою. Великі підприємства прагнуть залучити до штату HR-підрозділу успішних рекрутерів. Оскільки ця професія порівняно нова, фахівці, що займаються рекрутингом, переважно самоучки, і дійсно талановитих професіоналів на ринку праці не так уже й багато. Що ж являє собою система підбору персоналу на підприємстві, які процеси повинні освоїти рекрутери-новачки, якими правилами керуватися [9, с. 75]. Рекрутери використовують різні методи пошуку кандидатів, вибір залежить від особливостей конкретної ситуації. Можна розділити всі методи на дві групи: етичні та неетичні. Розглянемо етичні методи пошуку фахівців, які успішно застосовуються в практиці роботи вітчизняних рекрутерів (див. табл. 6).

Пошук кандидата на підприємстві (можливо, з оголошенням конкурсу на заміщення вакантної посади). Багато ейчарів (менеджер з підбору персоналу) вважають: відсутність кадрового резерву – перша ознака слабкості підприємства, адже, по суті, у неї немає запасу людських ресурсів.

Використання можливостей сучасних технологій у рекрутингу не тільки прискорює процес пошуку й підбору, а й підвищує імідж підприємства на ринку праці. У розміщеному в інтернеті оголошенні не варто вказувати контактні телефони – хаотичні дзвінки віднімуть занадто багато часу.

Таблиця 6

Методи рекрутерів у пошуку персоналу на вітчизняних підприємствах

Методи пошуку	
Етичні	Пошук кандидата в самій підприємстві (можливо, з оголошенням конкурсу на заміщення вакантної посади)
	Використання резервної бази резюме
	Використання особистих контактів
	Пошук резюме в інтернеті
	Розміщення оголошень в інтернеті
	Розміщення оголошень про вакансії на сайті компанії
	Розміщення інформації про вакансії в ЗМІ
	Залучення провайдерів – рекрутингових агентств
	Пошук кандидатів безпосередньо в навчальних закладах
Неетичні	Повідомлення центрів зайнятості про відкриті вакансії
	Поширення інформації про вакансії з використанням друкованих матеріалів (настінних оголошень, листівок та ін.)
	Залучення знайомих зовнішніх рекрутерів до виконання разових замовлень
	Особиста домовленість з працівником рекрутингового агентства на виконання неофіційного замовлення компанії
	Отримання нелегальним способом бази персональних даних підприємств і конкурента
	Впровадження агента в компанію-конкурент, через якого відбувається переманювання або отримання доступу до бази даних

Набагато ефективніше вказати номер електронної пошти і дати посилання на сайт підприємства (на якому є докладна інформація, зокрема, і номери телефонів) [10, с. 78]. Винятки становлять випадки, коли рекрутер підбирає технічний персонал – інженерів, будівельників та ін. У людей з невисоким рівнем доходів не завжди є доступ до сучасних засобів зв'язку. У таких випадках слід вказувати номери телефонів – вони потраплять до претендентів через їх знайомих, родичів і друзів, які допомагають у пошуках роботи (у тому числі й через інтернет).

Пряме переманювання працівників компанії-конкурента застосовується для економії часу (альтернатива – навчання фахівця, який уже працює в компанії). Варіант – звернення до рекрутингової агенції із запитом на підбір конкретних фахівців. Внутрішній рекрутер, зазвичай, ризикує використовувати цей метод в тому випадку, якщо він особисто знайомий з потенційним «кандидатом на переманювання» або має з ним спільних друзів. В іншому випадку підприємству загрожує небезпека витоку інформації, що, врешті-решт, шкодить її іміджу, вносить додаткову напругу у відносини топ-менеджера з конкурентами.

Переманювання співробітників компанії-конкурента через близьких їм людей. Іноді висококласний фахівець працює не стільки за винагороду, скільки з любові до справи і надзвичайної відданості компанії. Керівництво не завжди адекватно оцінює ентузіазм таких співробітників. Рекрутер, який бажає переманити цю людину, часто стикається з категоричним небажанням змінювати місце роботи. Тоді робиться підступна спроба досягти бажаного через спілкування з членами сім'ї цінного фахівця (найчастіше з дружиною, матір'ю або тещею). Маніпулюючи їх прагненням підвищити добробут сім'ї (і отримати від керівництва адекватну оцінку трудовитрат родича), рекрутер домагається того, що пропозиція змінити роботу виходить уже не від нього, а від найближчих людей, причому нерідко в ультимативній формі [11, с. 89]. Існує два варіанти розвитку подій:

- фахівець поступається тиску родичів і переходить у компанію-конкурент;
- він повідомляє про неетичну процедуру переманювання своєму керівнику, і той підвищує зарплату працівнику, що виявив таку високу лояльність.

Переманювання за допомогою послуг приватних служб безпеки. Використовується і як самостійний метод, і як допоміжний. Рекрутер за допомогою приватного детектива наводить докладні довідки про

особисте життя фахівця, а також про членів його сім'ї. Подальше спілкування з використанням отриманої інформації в кримінальному праві кваліфікується як шантаж. Якщо під таким тиском людина все-таки змінить місце роботи, його лояльність новому роботодавцю і мотивація будуть вкрай низькі, за першої ж нагоди він, швидше за все, розірве відносини з компанією, в якій використовуються такі методи «добору» персоналу. Особиста домовленість з працівником рекрутингового агентства на виконання неофіційного замовлення компанії. У цьому випадку рекрутер агентства, з яким компанія вже співпрацювала, отримує «приватне замовлення». Винагорода за результатом передбачає суму в кілька разів більшу, ніж його зарплата (але в декілька разів меншу за ту суму, яку підприємству довелося б виплатити агентству офіційно).

У початківців-рекрутерів побутує думка, що про кандидата роблять висновки з його резюме. Однак вдала подача інформації в резюме не завжди відповідає компетентності фахівця. Безумовно, дуже радує, коли добре складене резюме представляє трудову біографію і досягнення саме того працівника, якого шукає компанія. Але досвідчений рекрутер надасть перевагу зателефонувати авторові навіть не дуже «правильного» резюме, щоб не упустити кваліфікованого фахівця.

Аналіз показав, що, внутрішній та зовнішній рекрутинг мають високі бальні оцінки по дванадцяти бальній шкалі. Внутрішній рекрути урахує високий бал за знання підприємства та вакансій, а у зовнішній урахує максимальний бал за знання джерел та методів оцінки. Тому доцільно використовувати обидва види рекрутингу на підприємстві. Враховуючи вплив окремих блоків знань на процеси найму персоналу, можна зробити висновок, що саме вибір використання внутрішнього та зовнішнього рекрутингу дає можливість ефективно реалізовувати кадрову політику промислового підприємства.

Висновки. Укомплектованість підприємства кадрами є одним з центральних елементів роботи служби управління персоналом будь-якої організації, так як від якості відібраного персоналу, в кінцевому підсумку, залежить ефективність діяльності організації в цілому, її конкурентоспроможність. Тому невірні кроки в підборі персоналу можуть дорого обійтися організації, а підбір кваліфікованих і компетентних працівників є вдалим вкладенням фінансових коштів.

Соціально-політичні зміни на початку 90-х років сильно вплинули на всі галузі виробництва й послуг. Зниження виробничих потужностей призвело не тільки до значних економічних втрат, а й стало причиною дисбалансу робочої сили на ринку праці. Для промислових підприємств це мало наслідки нестатку кваліфікованих робітників. На сьогодні виробничі професії мають статус «непрестижних». Незначна кількість абітурієнтів навчається виробничим професіям. Це призводить до того, що висококваліфіковані працівники досягають майже передпенсійного віку, а замінити їх ніким. Саме тому кожне виробниче підприємство повинно більше приділяти уваги процесу найму персоналу. Узагальнюючи наукові підходи до визначення поняття рекрутинг, можна зробити висновок, що рекрутинг – це сукупність дій, спрямованих на пошук і визначення осіб, які за своїми професійними, психологічними та фізіологічними якостями відповідають посаді.

Література

1. Лисак В. Ю. Суть та значення рекрутингу в системі управління персоналом підприємства / В. Ю. Лисак, В. М. Семендяк // Приазовський економічний вісник. – 2019. – Вип. 2(13). – С. 130–134.
2. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Кондор, 2006. – 308 с.
3. L. Song and J. Li, "Building HR Information Modeling and Risk Management: A Bayesian Networks Approach," 2018 2nd IEEE Advanced Information Management, Communication, Electronic and Automation Control Conference (IMCEC), Xi'an, 2018, pp. 1-2004, <https://doi.org/10.1109/IMCEC.2018.8469751>.
4. Вашенко В. В. Дослідження понятійно-категоріального апарату рекрутингу на промислових підприємствах / В. В. Вашенко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2016. – Вип. 14. – С. 282–285.
5. Лавріненко О. В. Суспільні відносини з добору кадрів як складник предмета галузі трудового права: дискусійні аспекти правової характеристики та механізму їхньої реалізації / О. В. Лавріненко // Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності. – 2009. – № 3. – С. 174–182.
6. Voynarenko M., Vedernikov M., Volianska-Savchuk L., Zelena M., Bazaliyska N. and Baksalova O., "Modeling of Controlling Activity as an Instrument of Influence on Motivation in the Personnel Management System of Industrial Enterprises," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 601–606.
7. Дикань В. Л. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – Київ : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
8. Божанова В. Ю. Вплив розвитку консалтингу на підвищення ефективності організаційного процесу на підприємстві / В. Ю. Божанова, М. І. Русінко // Економічний простір. – 2008. – № 12/2. – С. 35–40.
9. Vedernikov M., Zelena M., Volianska-Savchuk L., Litinska V. & Boiko J. (2020). Management of the Social Package Structure at Industrial Enterprises on the Basis of Cluster Analysis. TEM Journal, 9(1), 249–260.
10. Лобза А. В. Сучасні персонал-технології як засіб забезпечення ефективної системи найму та адаптації персоналу: вітчизняний та зарубіжний досвід / А. В. Лобза, К. А. Юрченко // Молодий вчений. – 2015. – № 11 (26), частина 2. – С. 74–80.
11. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2010. – 229 с.

References

1. Lysak V. Yu. Sut ta znachennia rekrutynhu v systemi upravlinnia personalom pidpriemstva / V. Yu. Lysak, V. M. Semendiak // Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk. – 2019. – Vyp. 2(13). – S. 130–134.

2. Krushelnytska O. V. Upravlinnia personalom : navch. posib. / O. V. Krushelnytska, D. P. Melnychuk. – 2-e vyd., pererob. i dop. – K. : Kondor, 2006. – 308 s.
3. L. Song and J. Li, "Building HR Information Modeling and Risk Management: A Bayesian Networks Approach," 2018 2nd IEEE Advanced Information Management, Communicates, Electronic and Automation Control Conference (IMCEC), Xian, 2018, pp. 1-2004, <https://doi.org/10.1109/IMCEC.2018.8469751>.
4. Vashchenko V. V. Doslidzhennia poniatiino-katehoriialnogo aparatu rekrutynhu na promyslovykh pidpriemstvakh / V. V. Vashchenko // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti : zb. nauk. prats. – Mariupol : DVNZ «PDTU», 2016. – Vyp. 14 – S. 282–285.
5. Lavrinenko O. V. Suspilni vidnosyny z doboru kadriv yak skladnyk predmeta haluzi trudovoho prava: dyskusiini aspekty pravovoi kharakterystyky ta mekhanizmu yikhnoi realizatsii / O. V. Lavrinenko // Problemy pravoznavstva ta pravoohoronomnoi diialnosti. – 2009. – № 3. – S. 174–182.
6. Voynarenko M., Vedernikov M., Volianska-Savchuk L., Zelena M., Bazaliyska N. and Baksalova O., "Modeling of Controlling Activity as an Instrument of Influence on Motivation in the Personnel Management System of Industrial Enterprises," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 601–606.
7. Dykan V. L. Stratehichne upravlinnia : [navch. posib.] / V. L. Dykan, V. O. Zubenko, O. V. Makovoz, I. V. Tokmakova, O. V. Shramenko – Kyiv : «Tsentr uchbovoi literatury», 2013. – 272 s.
8. Bozhanova V. Yu. Vplyv rozvytku konsaltnhu napidvyshchennia efektyvnosti orhanizatsiinoho protsesu na pidpriemstvi / V. Yu. Bozhanova, M. I. Rusinko // Ekonomichnyi prostir. – 2008. – № 12/2. – S. 35–40.
9. Vedernikov M., Zelena M., Volianska-Savchuk L., Litinska V. & Boiko J. (2020). Management of the Social Package Structure at Industrial Enterprises on the Basis of Cluster Analysis. TEM Journal, 9(1), 249–260.
10. Lobza A. V. Suchasni personal-tekhnologii yak zasib zabezpechennia efektyvnoi systemy naimu ta adaptatsii personalu: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid / A. V. Lobza, K. A. Yurchenko // Molodyi vchenyi. – 2015. – № 11 (26), chastyna 2. – S. 74–80.
11. Balabanova L. V. Stratehichne upravlinnia personalom pidpriemstva v umovakh rynkovoï ekonomiky : monohrafiia / L. V. Balabanova, O. V. Stelmashenko. – Donetsk : Vyd-vo DonNUET im. M. Tuhan-Baranovskoho, 2010. – 229 s.

Надійшла / Paper received: 23.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті розглянуто вплив цифрових технологій на забезпечення економічної безпеки підприємства. Висвітлено проблеми економічної безпеки та з'ясовано, що кібербезпека вважається одним з головних елементів забезпечення економічної безпеки в умовах цифрової економіки. Використання цифрових технологій надають підприємствам більшої впевненості у плануванні своєї господарської діяльності, можливості досягнути стратегічних цілей, зростання фінансової підтримки, захист від ризиків, а загалом відіграють значну роль у забезпеченні його економічної безпеки. Поетапно виділено та обґрунтовано ключові цифрові загрози економічній безпеці на рівні підприємств в умовах цифровізації економіки, такі як крадіжка корпоративних даних, промислове шпигунство, хакерські атаки, недостатня забезпеченість цифровими технологіями і компетентними кадрами.

Ключові слова: економічна безпека, цифрова економіка, цифрові технології, підприємство, загрози, інформаційна безпека, цифровізація.

ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE BASED ON THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES

The article considers the peculiarities of the digital economy on the basis of shifting the emphasis from material resources to information resources. Data analysis, widespread use of mobile devices, the development of the Internet, the emergence of the Internet of Things, are certainly innovative elements designed to solve socio-economic problems, both at the level of individual regions and countries, and globally. As a result, companies have been exposed to more frequent and serious threats in the digital environment in recent years, which affects their economic security. Such threats can affect the company's reputation, its financial condition, damaging competitiveness, undermining their efforts to innovate and market position. The problems of economic security are highlighted: protection of enterprise data from cyber attacks, ensuring protection of corporate data at the appropriate level in the conditions of rapid development of digital tools in the economy. Cybersecurity has been found to be one of the main elements of economic security in the digital economy. The use of digital technologies gives companies more confidence in planning their business activities, the ability to achieve strategic goals, increase financial support, risk protection, and in general play a significant role in ensuring its economic security. For the successful development of the enterprise and its information security, it is necessary to use modern technologies for processing large data sets. The key digital threats to economic security at the enterprise level in the context of digitalization of the economy, such as theft of corporate data, industrial espionage, hacker attacks, lack of digital technology and competent personnel, have been gradually identified and substantiated. The digital transformation of the enterprise opens unique opportunities to ensure its economic security through the introduction of modern technologies in business processes. This approach involves not only the installation of modern hardware or software, but also fundamental changes in approaches to management, corporate culture, external communications. As a result, the productivity of each employee and the level of customer satisfaction increase, and the company itself is gaining a reputation as a progressive and modern organization.

Keywords: economic security, digital economy, digital technologies, enterprise, threats, information security, digitalization.

Постановка проблеми. Все більшої актуальності щоденно набирає питання забезпечення нормального рівня економічної безпеки підприємства та формування на ньому функціонуючої системи виявлення, оцінки та мінімізації економічних ризиків. Вплив чинників середовища створює підприємствам нові економічні ризики функціонування, які внаслідок реалізації за певних обставин, мають можливість перерости в загрозу або небезпеку і тим самим призвести до втрат або, в найгіршому випадку, до його банкрутства. Завдяки грамотно побудованій і функціонуючій системі є можливість своєчасного виявлення, нейтралізації або мінімізації ризиків і загроз економічній безпеці, що впливають на виробничо-господарську діяльність підприємства. Рішенням даного питання є використання на підприємствах цифрових технологій, що надають їм більшої впевненості у плануванні своєї господарської діяльності, можливість досягати стратегічних цілей, зростання рівня фінансової підтримки, налагодження продуктивності та захист від ризиків. Нова цифрова економіка впливає на всі види господарської діяльності підприємства, і відповідно на їх економічну безпеку, а ті, які не зуміли переосмислити свій бізнес, можуть втратити всі конкурентні переваги, які вони мають на ринку.

Умови функціонування підприємств визначають основні стратегічні напрями їх діяльності і розвитку, у тому числі в контексті впровадження та активного використання інформаційних технологій. Одним із шляхів досягнення високої продуктивності бізнесу, підтримки конкурентних переваг є впровадження та ефективне використання цифрових технологій, які дозволяють менеджменту адекватно реагувати на нові виклики щодо глобалізації економіки, багатократного посилення конкуренції за споживача, зростання темпів науково-технічного прогресу зі збільшенням масштабів виробництва, удосконаленням технологій та зростанням ролі інформаційних потоків у виробництві.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій. Дослідженням проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства на основі використання сучасних цифрових технологій є предметом розгляду багатьох

вітчизняних та зарубіжних вчених. Різні аспекти цього питання досліджено відомими вченими та економістами, серед яких вагомий внесок зробили І. Ансофф, Р. Акофф, В. Апалькова, О. Вишневський, С. Веретюк, С. Войтко, В. Геєць, А. Глушенкова, О. Гудзь, П. Дойль, П. Друкер, В. Компанієць, С. Коляденко, С. Кубів, В. Ляшенко, Р. Ліпсі, Е. Тоффлер, І. Тушконов, Т. Юдіна, П. Стецюк, А. Томпсон, Т. Халімон, К. Шваб та ін. Актуалізація питань забезпечення інформаційної безпеки різних суб'єктів господарювання здійснюється в наукових працях І. Арістової, Т. Альшанської, Г. Атаманова, І. Березовської, В. Василюк, О. Дзьобань, О. Додонова, О. Литвиненко, І. Новикової, Л. Фролової, Н. Ястремської та ін. Окремі положення формування стійкої системи економічної безпеки підприємства у цифровому світі досліджувалися в роботах таких науковців: А. Берл'є, Ю. Благова, О. Вільямсона, М. Дженсена, К. Мерфі, Г. Пирогова, Г. Шиназі та ін. Вітчизняні учені, які досліджували це питання, О. Ареф'єва, О. Барановський, І. Бланк, Л. Васильченко, К. Горячева, А. Єпіфанов, С. Ілляшенко та ін.

Відаючи належне напрацюванням вчених, відмітимо, що проблематика цифровізації підприємств не знайшла свого остаточного вирішення в Україні, що й зумовлює актуальність теми дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на значну кількість наукових напрацювань у сфері пізнання особливостей становлення цифрової економіки в сучасному світі та її впливу на різні галузі національної економіки, малодослідженими залишаються теоретичні, методичні та прикладні положення забезпечення економічної безпеки підприємства за рахунок використання цифрових технологій.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд економічних процесів трансформації системи економічної безпеки підприємства в умовах цифрової економіки, поглиблення теоретичних та прикладних аспектів впливу цифрових технологій на його господарську діяльність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в світі активно використовують цифрові технології в будь-яких сферах суспільного життя, в тому числі і економічній, найважливішим об'єктом безпеки є інформація, відомості, дані, які використовуються в цифровій діяльності суб'єктів господарювання.

Для успішного розвитку підприємства та забезпечення його інформаційної безпеки, необхідно використовувати сучасні технології для обробки великих масивів даних. Адже інформація – це ключовий ресурс у сучасному світі. Щомиті людство генерує величезні масиви цифрових даних, які не тільки потребують місця в сховищах, а й допомагають компаніям вести бізнес. Щоб скористатися всіма можливостями доступної інформації, необхідно її акумулювати, структурувати та аналізувати. Цифрова трансформація підприємства сприяє завдяки прогресивним технологіям, наприклад, Big Data (великі дані) або Artificial Intelligence (AI, штучний інтелект). Вони спрямовані на обробку потоків інформації, на підставі якої можна ухвалювати рішення, адаптувати пропозиції під конкретних клієнтів і прогнозувати їх поведінку.

Цифрова трансформація підприємства відкриває унікальні можливості щодо забезпечення його економічної безпеки за рахунок впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси. Цей підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікаціях. Як наслідок підвищуються продуктивність кожного працівника і рівень задоволеності клієнтів, а саме підприємство здобуває репутацію прогресивної і сучасної організації. Тому, цифровізація процесів, на наш погляд, актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі обирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам навколишнього світу, що стрімко змінюються. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібною торгівлі, державного сектору та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожного підприємства.

В даний час відбувається формування цифрової економіки, заснованої на розробці та впровадженні сучасних цифрових технологій в господарську діяльність підприємств [1]. Удосконалення аналізу великих даних, широке використання мобільних пристроїв, розвиток Інтернету, поява Інтернет-ресурсів, безумовно є інноваційними елементами, покликаними вирішувати соціально-економічні проблеми, як на рівні окремих регіонів і країн, так і на світовому рівні. Прискорення і ускладнення процесів, що відбуваються в сучасних умовах розвитку цифрових технологій, змушує суб'єктів господарювання приділяти значну увагу інформаційній безпеці.

Однією з особливостей цифрової економіки є зміщення акценту з матеріальних ресурсів на інформаційні ресурси (інформація, дані, знання). Останні, в свою чергу, не зникають при споживанні, можуть бути неодноразово використані без прив'язки до місця, часу і суб'єкту створення, що призводить до простоти тиражування інформаційних ресурсів. Наслідком цього і виступає, що в останні роки великі і малі підприємства піддаються частішим і серйозним загрозам в цифровому середовищі, що впливає на їх економічну безпеку. З економічної точки зору подібні загрози можуть впливати на їх репутацію, фінансову складову, завдаючи шкоди їх конкурентоспроможності, підриваючи їх зусилля з інновацій і позиції на ринку. Такі загрози можуть порушити доступність, цілісність або конфіденційність інформаційних систем, на яких ґрунтується господарська діяльність [2].

Однією з найважливіших завдань системи економічної безпеки є забезпечення захисту конфіденційних даних підприємства. До них відносяться різні ноу-хау, комерційні таємниці, секрети виробництва та інше. В умовах конкуренції навіть такі відомості, як дані про клієнтів або постачальників і умови їх співпраці, можуть значно погіршити його фінансовий стан. Тому в сучасних реаліях нерідкі випадки крадіжки корпоративних даних і промислове шпигунство.

Так, відомий випадок крадіжки інформації у Sony Pictures Entertainment в 2014 році, коли ще не вийшли в прокат фільми, дані відділів маркетингу і продажів, електронні листи співробітників і інша конфіденційна інформація були викладені у відкритий доступ, внаслідок чого компанія зазнала істотне зниження прибутку від продажів [3].

Відповідно до опублікованого заявою Equifax, з травня по липень 2017 року зловмисники використовували вразливість у системі безпеки програми на веб-сайті компанії і отримали доступ до номерів соціального страхування, дат народження, адрес і в ряді випадків до номерів водійських посвідчень. Крім того, злочинці отримали доступ до даних кредитних карт 209 тисяч осіб і до документів з персональними даними ще 182 тисяч осіб. Згодом, вартість акцій Equifax просіла більш, ніж на 35 % [4].

Зростання кількості порушень інформаційної безпеки в умовах цифровізації економіки пов'язаний з постійним ускладненням і зростанням масштабів застосування цифрових технологій. І тут варто зазначити, що більшість загроз інформаційного характеру, а згодом, і економічної безпеки криється в самих цифрових технологіях. Вразливості (так називають загрози в світі інформаційної безпеки) є у веб-сайтах та мобільних додатках, на офіційному сайті підприємства, в підключених комутаторах і серверах компанії тощо.

Інформаційні атаки, в першу чергу, спрямовані на знаходження вразливості і отримання інформації, в кінцевому підсумку можуть привести до прямих фінансових втрат (крадіжка грошових коштів, що знаходяться на електронному рахунку, проведення фальшивих транзакцій і угод тощо), упущену вигоду (через витік даних і втрати конкурентних переваг), а також до зниження ділової репутації і, як наслідок, втрати капіталізації підприємства. Таким чином, проглядається пряма залежність між ступенем розвитку і впровадженням цифрової економіки в господарську діяльність підприємств і їх економічною безпекою, в тому числі і кібербезпекою.

З одного боку, цифрова трансформація існуючих підприємств необхідна для підвищення їх конкурентоспроможності та капіталізації за рахунок кардинального підвищення продуктивності, зниження кількості залучених співробітників в ланцюжок створення цінності і підвищення швидкості і якості прийняття управлінських рішень. Це підтверджується поточним рейтингом 100 найдорожчих глобальних брендів [5]: на основі поточної вартості бренду і прогнозованого потенціалу зростання британські дослідницька і видавнича компанії (Kantar Millward Brown і The Financial Times відповідно) розрахували вартість бренду компанії Google в 302 млрд доларів США, а наступні три місця зайняли такі передові високотехнологічні компанії в цифровій сфері, як Apple, Microsoft і Amazon. Дослідники Міжнародного інституту управлінського розвитку (International Institute of Management Development, IMD) [6] навели обґрунтування сумного факту, що за п'ять років близько 40 % поточних компаній, що не усвідомлюють необхідність цифрових змін свого бізнесу, повністю підуть з ринку.

З іншого боку, цифрові технології, що застосовуються на підприємстві, поступово стають його головною цінністю, тому випадки промислового шпигунства і кібератак в економічних цілях не рідкісні, що беззастережно вказує на значущість гідного рівня кібербезпеки в забезпеченні економічної безпеки підприємства в сучасних умовах.

Цілком очевидно, що в «розумних» будинках і містах будуть жити всі ті ж люди, що і сьогодні. Незважаючи на те, що потенціал штучного інтелекту ще не до кінця оцінений, вже зараз варто задуматися, що він не може бути позбавлений вразливості, і з'являться «розумні» шахраї і грабіжники, які побачать в цифровій економіці широкі можливості цифрових злочинів, фальсифікації даних і корупції. Крадіжка фінансових коштів і інтелектуальної власності, шантаж, вимагання, злом інформаційних сховищ, отримання несанкціонованого доступу до чужих персональних даних для порушень закону – далеко не повний перелік відомих злочинів зі світу цифрової економіки.

Оцінка економічних наслідків інформаційних атак дуже ускладнена, деякі підприємства намагаються не повідомляти про порушення інформаційної безпеки, якщо вона не пов'язана з юридичними наслідками крадіжки комерційної таємниці. Але з впевненістю можна сказати, що втрата даних веде до багатьох негативних наслідків: підриг ділової репутації, зниження конкурентоспроможності, фінансові втрати в разі шахрайства, зрив виробничих планів, поставок, а також зростання витрат через необхідність відновити загублену інформацію.

І якщо дії кіберзлочинців – це основні зовнішні загрози економічній безпеці підприємства, то ключовими внутрішніми загрозами є безпосередньо працівники підприємства. Ще більшу проблему забезпечення економічної безпеки підприємства в сучасних умовах господарювання створюють компетенції працівників служби економічної безпеки на підприємстві. Пов'язано це, в першу чергу, з тим, що ключовою вимогою рекрутерів [7] при прийомі на посади начальника та заступника начальника служби економічної безпеки підприємства є досвід роботи в правоохоронних органах або в органах внутрішніх справ. На жаль, даний досвід роботи не зможе допомогти підприємствам у повноцінній боротьбі з тими викликами і загрозами, які несе з собою вже розпочата цифрова трансформація економіки.

Висновки. В результаті проведеного дослідження систематизовані проблеми економічної безпеки підприємства на сучасному етапі, з'ясовано, що кібербезпека вважається одним з головних елементів забезпечення економічної безпеки в умовах цифрової економіки. До основних проблем економічної безпеки віднесені проблеми захисту даних підприємства від кібератак, забезпечення захисту корпоративних даних на належному рівні в умовах стрімкого розвитку цифрових інструментів в економіці. Таким чином, цифрова трансформація, що проводиться в багатьох галузях економіки, призвела до того, що змінився масштаб діяльності суб'єктів господарювання і з'явилися нові ризики і загрози, з якими раніше світ не стикався.

Активне впровадження цифрових технологій в господарську діяльність підприємств усіх галузей економіки вносить зміни в систему виявлення, оцінки та мінімізації економічних ризиків і загроз економічній безпеці. В сучасних умовах виникнення загроз збереження цифрових даних стає одним з основних напрямків забезпечення безпеки підприємства. В даний час атаки на системи зберігання даних стають все більш складним і повсякденним явищем, тому питання забезпечення кібербезпеки підприємства повинні виступати пріоритетним завданням у забезпеченні його економічної безпеки.

Література

1. Ablyazov T. On competitive potential of organization under conditions of new industrial base formation / T. Ablyazov, V. Asaul // SHS Web of Conferences. – 2018. – Vol. 44.
2. Попов Е.В. Проблеми економічної безпеки цифрового суспільства в умовах глобалізації / Е.В. Попов, К.А. Семячков // Економіка регіонів. – 2018. – № 4. – С. 1088–1101.
3. Офіційний сайт газети Washingtonpost [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.washingtonpost.com/news/theswitch/wp/2014/12/18/the-sony-pictures-hack-explained/?noredirect=on&utm_term=.e651fc6cd41f.
4. Сетевое издание РИА Новости [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ria.ru/20170908/1502040513.html>.
5. Рейтинг 100 найдорожчих глобальних брендів (BRANDZ Global Top 100) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://online.pubhtml5.com/bydd/rxhd/#p=4>.
6. Звіт DBT Center «Цифровий вир або як цифрова революція реформує промисловість» (Digital Vortex: How Digital Disruption is Redefining Industries) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digital-vortex-report.pdf>.
7. Офіційний сайт компанії HeadHunter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://hh.ru/search/vacancy?text=&area=1&from=suggest_post.

References

1. Ablyazov T. On competitive potential of organization under conditions of new industrial base formation / T. Ablyazov, V. Asaul // SHS Web of Conferences. – 2018. – Vol. 44.
2. Popov E.V. Problemy ekonomichnoi bezpeky tsyfrovoho suspilstva v umovakh hlobalizatsii / E.V. Popov, K.A. Semiachkov // Ekonomika rehioniv. – 2018. – № 4. – S. 1088–1101.
3. Ofitsiyniy sait hazety Washingtonpost [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://www.washingtonpost.com/news/theswitch/wp/2014/12/18/the-sony-pictures-hack-explained/?noredirect=on&utm_term=.e651fc6cd41f.
4. Setevoe izdanie RIA Novosti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://ria.ru/20170908/1502040513.html>.
5. Reitynh 100 naidorozhchykh hlobalnykh brendiv (BRANDZ Global Top 100) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://online.pubhtml5.com/bydd/rxhd/#p=4>.
6. Zvit DBT Center «Tsyfrovyi vyr abo yak tsyfrova revoliutsiia reformuie promyslovist» (Digital Vortex: How Digital Disruption is Redefining Industries) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digital-vortex-report.pdf>.
7. Ofitsiyniy sait kompanii HeadHunter [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://hh.ru/search/vacancy?text=&area=1&from=suggest_post.

Надійшла / Paper received: 03.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 330.341.2:334.716(045)
DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-6

БЕЛТЮКОВ Є. А.,
ТКАЧУК Т. М.

Одеський національний політехнічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Наукова стаття присвячена теоретичному підґрунтя формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на засадах системно-комплексного підходу. У процесі дослідження проведено контент-аналіз категорії «стратегія». Здійснено класифікацію стратегій промислового підприємства на основі їх групування та стадій розвитку підприємства. Вдосконалено понятійно-категоріальний апарат економіки підприємства шляхом введення поняття «стратегія інноваційного розвитку промислового підприємства». Проаналізовано статистичні дані щодо впровадження інновацій на промислових підприємствах. Сформовано цілі стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства.

Ключові слова: стратегія, інноваційний розвиток, промислове підприємство, стратегія інноваційного розвитку.

BELTYUKOV Y.,
TKACHUK T.

Odessa National Polytechnic University

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF FORMATION OF STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

This scientific article is devoted to the theoretical basis for the formation of a strategy for innovative development of an industrial enterprise on the basis of a system-integrated approach. This article analyzes the content of the category "strategy" from the standpoint of scientific views of various authors. The classification of strategies of an industrial enterprise is carried out, where the types of strategies are grouped and strategies are defined based on the stages of enterprise development. The conceptual and categorical apparatus of enterprise economics have been improved by introducing the concept of "strategy of innovative development of industrial enterprise", which, in this study, means the choice of optimal directions of enterprise development based on system-integrated approach, which are priorities for achieving strategic goals and implementation of an innovative strategy to obtain an economic effect for an industrial enterprise. Statistics on the implementation of innovations in industrial enterprises are analyzed and it is established that there is no stability in innovation processes in industrial enterprises, which are associated with economic, political and social instability in the country and in the world. The goals of the strategy of innovative development of an industrial enterprise are formed, the implementation of which depends on the chosen economic strategy (commodity, price, interaction with the markets of production resources, cost reduction) and sources of investment. The key not only to the development but also to the implementation of the strategy of innovative development is to improve the organizational-managerial and informational-communication component of the industrial enterprise, which will in the future solve the tasks and get the economic effect of economic activity.

Keywords: strategy, innovative development, industrial enterprise, strategy of innovative development.

Постановка проблеми. Сучасні виклики оточуючого середовища, велика конкуренція між суб'єктів господарювання за ресурси, технології та виробництво продукції, нестабільна економічна ситуація в країні та світі вимагають від промислових підприємств нових (інноваційних) підходів до здійснення господарської діяльності. На наш погляд, нові підходи, полягають у створенні на промислових підприємствах таких передумов, які б дозволяли не тільки «вижити», але й набути конкурентних переваг. Безумовно запорукою підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств є розробка їх стратегії, а особливо інноваційної, яка повинна бути націлена на відновлення та вдосконалення усіх внутрішньогосподарських процесів, а саме: створення власної сировинної бази, налагодження виробництва продукції відповідно сучасних вимог та запитів споживачів на ринку, адаптація до змін організаційно-управлінських процесів, підвищення кваліфікації та вмотивованості працівників, просування продукції на ринок та оптимізація її збуту завдяки сучасним інформаційним технологіям тощо. Саме вирішенню означених питань і присвячено дану наукову статтю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасними авторами, які досліджували питання розробки та впровадження стратегій (інноваційних) на промислових підприємствах є такі: Б.В. Буркинський, В.М. Геєць, С.М. Ілляшенко, С.В. Філіппова, В.І. Захарченко, М.М. Меркулов, А.А. Пересада, Л.І. Федулова, О.І. Лайко, І.А. Топалова тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, деякі питання залишають до цих пір мало вивченими, а саме питання теоретичного дослідження та впровадження стратегії інноваційного розвитку на промислових підприємствах на засадах системно-комплексного підходу.

Формулювання цілей статті. Метою наукової статті є теоретичне підґрунтя формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на засадах системно-комплексного підходу.

Дана мета сформулювала такі завдання:

- дослідити визначення поняття «стратегія»;
- здійснити класифікацію стратегій промислового підприємства на основі їх групування та стадій розвитку підприємства;

- вдосконалити понятійно-категоріальний апарат економіки підприємства шляхом введення поняття «стратегія інноваційного розвитку промислового підприємства»;
- проаналізувати статистичні дані щодо впровадження інновацій на промислових підприємствах;
- сформулювати цілі інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічний розвиток будь якої країни визначається багатьма факторами, але один з важливих це рівень виробництва промислового сектору. Підприємства даного сектору демонструють техніко-технологічний потенціал країни та її регіонів. Саме у процесі виробництва продукції промислових підприємств можливо впровадження новітніх технологій та інновацій.

Важливість інноваційного розвитку промислових підприємств сьогодні вже не оспорить ніхто. Саме у ньому, є той «рятівний човен», який дозволить вийти на новий рівень підприємницької діяльності, забезпечуючи при чому життєздатну стійкість як самого підприємства, так і його продукції. Однак, без розробки виваженої стратегії не можливо досягти високо рівня конкурентоспроможності промислових підприємств. Саме для цього здійснимо контент-аналіз категорії «стратегія» (табл. 1).

Таблиця 1

Контент-аналіз категорії «Стратегія»

Автор	Види стратегій
А. Гриньов [1]	Наступальна та оборонна (захисна, імітаційна, очікувана, без реагування)
В. Санто [2]	Традиційна, опортуністична, імітаційна, оборонна, залежна, наступальна
Г. Твісс [3]	Наступальна, захисна, ліцензійна, проміжна, створення нового ринку, розбійна
Ф. Котлер [4]	Лідера, челенджера, послідовника та фахівця ("нішера")
М. Портер [5]	Лідерство в продукті, лідерство в затратах, фокусування
М. Круглов [6]	Підприємницька, організаційна, трудова
І. Герчікова [7]	Продуктово-ринкова, маркетингу, конкурентна, управління набором галузей, нововведень, капіталовкладень, розвитку, поглинання, закордонного інвестування, орієнтації на розширення експортної діяльності, зовнішньоекономічної експансії
А. Петров [8]	Росту, стабілізації, виживання
А. Градов [9]	Товарна, ціноутворення, взаємодії фірми з ринками виробничих ресурсів, поведіння фірми на ринках грошей і цінних паперів, зниження транзакційних витрат, зовнішньоекономічної діяльності

*Складено автором на основі [1–9]

Дослідивши різні визначення поняття «стратегія», вважаємо, що єдиного погляду серед вчених не існує. У процесі розробки та формування стратегії промислового підприємства постають питання необхідності визначення видів стратегій (груп стратегій), які можливо використати у своїй діяльності. Для цього здійснимо класифікацію стратегій за такими групами (див. табл. 2). Згідно з табл. 2 стає можливим визначитись зі стратегіями, які більш адаптовані для кожного конкретного підприємства. Так, під **стратегією інноваційного розвитку промислового підприємства** будемо розуміти вибір оптимальних напрямів розвитку підприємства на основі системно-комплексного підходу, які є пріоритетними для досягнення стратегічних цілей, реалізації національного вектору імпортозаміщення та впровадження інноваційної стратегії для отримання економічного ефекту для промислового підприємства. Саме системно-комплексний підхід дозволяє вирішувати проблеми підвищення ефективності промислового підприємства та пов'язувати різні цілі і завдання підприємства, а саме: залучення інвестицій, відтворення основних фондів, максимізацію задоволення потреб ринку, дослідження ринку з метою визначення більш конкурентоспроможних товарів. А також завдяки даному підходу стає можливим визначитись із інноваційною стратегією як системою, яка складається із підсистем низького та високого рівня і які взаємодіють з іншими підсистемами оточуючого середовища.

Промислове виробництво в останні десятиріччя демонструє низьку спроможність до здійснення господарської діяльності. Пов'язано це з багатьма факторами як екзогенного, так і ендogenous характеру. Однак, ми вважаємо, що саме промисловість є запорукою відродження країни. Вектором подальшого економічного розвитку безумовно повинно стати імпортозаміщення та нарощування обсягів виробництва власної промислової продукції. Так, проаналізуємо впровадження інновацій на промислових підприємствах за 2017–2019 рр. (див. табл. 3). Дані таблиці 3 свідчать про те, що кількість підприємств, які впроваджували інновацій у 2019, скоротилась на 12 % відносно 2018 р. Кількість впроваджених у виробництво нових технологічних процесів у 2019 р. зросла на 16 % відносно 2018 р., але при цьому кількість упроваджених видів інноваційної продукції знизилась аж на 58 % за даний період. Однак, частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції зросла у 2019 р. на 63 %. Це свідчить про те, що не простежується стабільності у інноваційних процесах на промислових підприємствах, які пов'язані з економічною, політичною та соціальною нестабільністю як в країні, так і світі.

Вирішуючи дані завдання, необхідно є розробка та впровадження стратегії на промисловому підприємстві, яка буде мати інноваційний вектор, причому важливим є впровадження на тільки технологічних інновацій, а й тих, які пов'язані з управлінсько-організаційними питаннями. Тому, впровадження технологічних змін на підприємстві тягне за собою і організаційні зміни (підвищення кваліфікації кадрів, зміна організаційної структури підприємства, вдосконалення збутової політики та політики просування продукції промислового підприємства тощо).

Таблиця 2

Групи класифікації стратегій промислового підприємства

Група стратегій	Види стратегій	Стадії розвитку стратегії
1. Стратегії концентрованого зростання	Стратегія посилення позиції на ринку. Стратегія розвитку ринку. Стратегія розвитку продукту	Планування; початкова; проникнення; прискороженого зростання; уповільнення зростання
2. Стратегії інтегрованого зростання	Стратегія вертикальної інтеграції. Стратегія горизонтальної інтеграції	
3. Стратегії розвитку	3.1. Активні стратегії (активно-наступальні, стратегії ринкової ніші). 3.2. Пасивні стратегії (пасивно-наступальна стратегія, захисна стратегія)	
4. Стратегії стабілізації	Стратегія захисту ринку. Стратегія підтримки виробничого потенціалу. Стратегія модифікації продукції	Ревізія витрат; розробка шляхів стабілізації; пожвавлення
5. Стратегії зростання	Продуктово-ринкова. Стратегія управління набором галузей. Стратегія поглинання. Стратегія маркетингу. Конкурентна стратегія. Стратегія нововведення	Вихід на власні ресурси та сировинну базу; скорочення посередників у ланцюгах постачань; розвиток традиційних товарів та продукції; розвиток традиційного ринку; впровадження нових товарів та продукції; розвиток нових ринків збуту
5.1. Стратегії концентрованого зростання	5.1.1. Стратегія розвитку традиційного товару. 5.1.2. Стратегія розвитку нового товару. 5.1.3. Стратегія розвитку традиційного ринку. 5.1.4. Стратегія розвитку нового ринку	
5.2. Стратегії інтегрованого зростання	5.2.1. Стратегія зворотної інтеграції. 5.2.2. Стратегія інтеграції, що йде вперед. 5.2.3. Стратегія глобалізації	
Стратегія диверсифікованого зростання	Стратегія центрованої диверсифікації. Стратегія однорідної диверсифікації. Технологічна диверсифікація. Стратегія конгломератної диверсифікації. Стратегія горизонтальної диверсифікації	
Стратегії реструктуризації	Стратегія зростання. Стратегія продуктово-ринкової переорієнтації. Стратегія організаційних змін	Обґрунтування необхідності реструктуризації; розробка шляхів реструктуризації; зростання
7. Стратегії скорочення	Стратегія скорочення витрат. Стратегія «Збирання верхків». Стратегія скорочення діяльності. Стратегія ліквідації	– аудит господарської діяльності; – розробка шляхів скорочення діяльності та ліквідації

* Розроблено автором на основі [10, 11]

Таблиця 3

Впровадження інновацій на промислових підприємствах*

Рік	Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств, %	Кількість впроваджених у виробництво нових технологічних процесів, одиниць	З них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів	Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), од.	З них нових видів машин, обладнання	Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %
2017	14,3	1831	611	2387	751	0,7
2018	15,6	2002	926	3843	920	0,8
2019	13,8	2318	857	2148	760	1,3

*Складено автором на основі [12]

Саме організаційно-управлінські інновації, які супроводжують технологічні, є основою переходу до інформаційно-комунікаційних технологій та цифрової економіки країни, що відповідає пріоритетним напрямкам розвитку України [13].

Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України стане можливим за рахунок структурної перебудови промислово-виробничого сектору економіки, а саме на основі розширення внутрішнього попиту на вітчизняні товари та ресурсного забезпечення інноваційної діяльності.

Цілями стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства повинні стати такі [14]:

- максимізація прибутку підприємства та акціонерів;
- максимізація вартості акцій;

- створення можливостей для збільшення обсягів виробництва на основі ринкового попиту та зменшення витрат виробництва продукції;
- збільшення обсягу виробництва на одиницю витрат на інновації;
- збільшення частки (долі) ринку;
- розширення діяльності та максимізація господарського результату;
- практичне впровадження інноваційної діяльності;
- забезпечення умов рівноваги індивідуальних ринків.

Вважаємо, що завдання інноваційної стратегії промислового підприємства залежать від поставлених цілей та обраної економічної стратегії (товарної, цінової, взаємодії з ринками виробничих ресурсів, зниження витрат тощо).

Для реалізації даних завдань необхідно сформулювати джерела інвестування, які приймають безпосередню участь у виробничому процесі.

Керівництво промислового підприємства займається не тільки вибором стратегії інноваційного розвитку, але й обов'язково створює можливості для її реалізації. Розробляється інноваційна програма та здійснюється постійний перерозподіл ресурсів, коштів, та персоналу.

Вважаємо, що еталонні стратегії спрямованості різних видів інновацій (продуктових, процесних) слід доповнити інформаційно-комунікаційною складовою, яка безпосередньо і забезпечує їх реалізацію.

Деякі автори вважають, що запорукою розробки ефективної стратегії підприємства є розвиток ключових компетенцій (специфічних навичок та вмінь), якими володіє підприємство. До них можливо віднести технологічне прогнозування, дослідження ринку та запитів споживачів, виникнення нових ідей щодо продуктів та технологій, придбання технологічних ресурсів, ефективна система управління проектами [15]. Це пов'язано з комерціалізацією новітніх розробок, що потребує додаткових активів та підтримуючих технологій. Ми погоджуємося з цією думкою.

Отже, що запорукою не тільки розробки, але й реалізації стратегії інноваційного розвитку є вдосконалення організаційно-управлінської та інформаційно-комунікаційної складової діяльності промислового підприємства, що дозволить у майбутньому вирішити поставлені завдання та отримати економічний ефект від здійснення господарської діяльності.

Висновки. У даній статті проведено контент-аналіз категорії «стратегія» з позиції наукових поглядів різних авторів. Здійснено класифікацію стратегій промислового підприємства, де види стратегій згруповано та визначено стратегії виходячи зі стадій розвитку підприємства. Вдосконалено понятійно-категоріальний апарат економіки підприємства шляхом введення поняття «стратегія інноваційного розвитку промислового підприємства», під яким, у даному дослідженні, розуміють вибір оптимальних напрямів розвитку підприємства на основі системно-комплексного підходу, які є пріоритетними для досягнення стратегічних цілей, реалізації національного вектору імпортозаміщення та впровадження інноваційної стратегії для отримання економічного ефекту для промислового підприємства. Проаналізовано статистичні дані щодо впровадження інновацій на промислових підприємствах та встановлено, що не простежується стабільності у інноваційних процесах на промислових підприємствах, які пов'язані з економічною, політичною та соціальною нестабільністю як в країні, так і світі. Сформовано цілі стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства, реалізація яких залежить від обраної економічної стратегії (товарної, цінової, взаємодії з ринками виробничих ресурсів, зниження витрат) та джерел інвестування.

Реалізацію стратегії інноваційного розвитку вбачаємо у вдосконаленні організаційно-управлінської та інформаційно-комунікаційної складової діяльності промислового підприємства.

Література

1. Гриньов А.В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01 / Г. А. Валентинович / Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2004.
2. Санто Б. Инновационная стратегия как средство экономического развития / Санто Б. – М. : ЛБЗ, 2000. – 720 с.
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Твисс Б. – М. : Экономика, 1989. – 281 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. ; [пер. с англ.]. – 2-е европ. изд. – М. : Прогресс, 1998.
5. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М. ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. – 454 с.
6. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией : учебник для ВУЗов / Круглов М.И. – Москва : Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
7. Герчикова И.Н. Менеджмент : учебник / Герчикова И.Н. – М. : Банки и биржи. Юнити, 1995. – 200 с.
8. Петров А.Н. Процесс реализации стратегии: содержательные аспекты. Теория и методология глобальной энергетической корпорации [Электронный ресурс] / Петров А.Н., Салтыков А.В. – С. 21–30. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-realizatsii-strategii-soderzhatelnye-aspekty/viewer>
9. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы / [Градов А.П., Глухов В.В., Григорьев Ю.П., Диденко Н.И.]. – СПб : Специальная Литература, 2003. – 960 с.
10. Алексеева Н.И. Класифікація базових стратегій зростання підприємства / Н.И. Алексеева // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – Вип. 3(13). – С. 71–80.
11. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація / О.І. Гудзь // Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 18. – С. 346–352.
12. Впровадження інновацій на промислових підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації [Електронний ресурс] : розпорядження КМУ від 17.01.2018 р. № 67-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/npas/pro>

shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi

14. Захарченко В.І. Інноваційний розвиток регіонального промислового комплексу на засадах стратегічного управління : монографія / Захарченко В.І., Топалова І.А. – О. : Бахва, 2017. – 172 с.

15. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг / Ю.М. Мельник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – Том 7, вип. 4. – С. 67–72.

References

1. Hrynov A.V. Stratehiia innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva : dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.06.01 / H. A. Valentynovych / Donetskyi natsionalnyi un-t. – Donetsk, 2004.

2. Santo B. Innovatsionnaya strategiya kak sredstvo ekonomicheskogo razvitiya / Santo B. – M. : LBZ, 2000. – 720 s.

3. Tviss B. Upravlenie nauchno-tehnicheskimi novovvedeniyami / Tviss B. – M. : Ekonomika, 1989. – 281 s.

4. Kotler F. Osnovy marketinga / Kotler F. ; [per. s angl.]. – 2-e evrop. izd. – M. : Progress, 1998.

5. Porter M. Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otraslej i konkurentov / Porter M. ; [per. s angl.]. – M. : Alpina Biznes Buks, 2010. – 454 s.

6. Kruglov M.I. Strategicheskoe upravlenie kompaniej : uchebnik dlya VUZov / Kruglov M.I. – Moskva : Russkaya Delovaya Literatura, 1998. – 768 s.

7. Gerchikova I.N. Menedzhment : uchebnik / Gerchikova I.N. – M. : Banki i birzhi. Yuniti, 1995. – 200 s.

8. Petrov A.N. Process realizacii strategii: sodержatelnye aspekty. Teoriya i metodologiya globalnoj energeticheskoy korporaciej [Elektronnyj resurs] / Petrov A.N., Saltykov A.V. – S. 21–30. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-realizatsii-strategii-soderzhatelnye-aspekty/viewer>

9. Gradov A.P. Ekonomicheskaya strategiya firmy / [Gradov A.P., Gluhov V.V., Grigorev Yu.P., Didenko N.I.]. – SPb : Specialnaya Literatura, 2003. – 960 c.

10. Aleksieieva N.I. Klasyfikatsiia bazovykh stratehii zrostantia pidpriemstva / N.I. Aleksieieva // Visnyk Skhidnoevropeiskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. – 2012. – Vyp. 3(13). – S. 71–80.

11. Hudz O.I. Stratehiia rozvytku pidpriemstva: sutnist ta klasyfikatsiia / O.I. Hudz // Mukachivskiy derzhavnyi universytet. Ekonomika i suspilstvo. – 2018. – Vyp. 18. – S. 346–352.

12. Vprovadzhennia innovatsii na promyslovykh pidpriemstvakh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Kontseptsiiia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yiy realizatsii [Elektronnyi resurs] : rozporiadzhennia KMU vid 17.01.2018 r. № 67-r. – Rezhym dostupu : <http://www.kmu.gov.ua/npas/proshvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>

14. Zakharchenko V.I. Innovatsiinyi rozvytok rehionalnoho promyslovoho kompleksu na zasadaakh stratehichnoho upravlinnia : monohrafiia / Zakharchenko V.I., Topalova I.A. – O. : Bakhva, 2017. – 172 s.

15. Melnyk Yu.M. Innovatsiina stratehiia pidpriemstva yak dzherelo yoho konkurentnykh perevah / Yu.M. Melnyk // Ekonomika kharchovoi promyslovosti. – 2015. – Том 7, вып. 4. – С. 67–72.

Надійшла / Paper received: 29.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 519.86: 336.7

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-7

БЛАГУН І. С., БУРТНЯК І. В.

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

МОДЕЛІ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Проведено аналіз моделей діяльності банківських структур в умовах досконалої і недосконалої конкуренції. Розглянуто виробничі функції для фінансових компаній. Описано моделі роботи банку як установи делегованого моніторингу. Проаналізовано моделі динаміки фінансових ресурсів, які дозволяють описати процеси еволюції власного капіталу банку залежно від динаміки залучених ресурсів і реалізованої ним політики нагромадження. Розглянуті моделі і методи базуються на визначенні банку (фінансової компанії) як деякого абстрактного об'єкту, що характеризується вхідними і вихідними параметрами, а також функцією, яка їх пов'язує. Такий підхід в певній мірі дає змогу адаптувати традиційні моделі дослідження виробничих підприємств і організацій до аналізу діяльності банківських структур. Тому, одним із основних завдань є оптимізація внутрішнього функціонування. За таких умов особливо важливого значення набуває розгляд банку як цілісної складної динамічної системи, що працює у нестабільній економіці перехідного типу та застосування економіко-математичних методів і моделей для дослідження процесів, що протікають у банку, оцінки ефективності його роботи, виявлення напрямків і способів вдосконалення управління банківською діяльністю.

Ключові слова: банк, фінансова компанія, фінансовий ринок, досконала конкуренція, виробнича функція, моніторинг.

BLAGUN I., BURTYNIAK I.

Precarpathian V. Stefanyk National University

MODELS OF ANALYSIS AND EVALUATION OF BANKS IN AN UNSTABLE ECONOMIC ENVIRONMENT

The analysis of models of activity of banking structures in the conditions of perfect and imperfect competition was carried out by the authors. Production functions for financial companies were considered. Models of the bank's work as an institution of delegated monitoring were described. Models of the dynamics of financial resources were analyzed, which allow to describe the processes of evolution of the bank's equity depending on the dynamics of the attracted resources and the accumulation policy implemented by it. The considered models and methods are based on the definition of a bank (financial company) as an abstract object, characterized by input and output parameters, as well as the function that connects them. This approach to some extent makes it possible to adapt traditional research models of manufacturing enterprises and organizations to the analysis of banking structures. Therefore, one of the main tasks is to optimize the internal functioning. Under such conditions, it is especially important to consider the bank as a holistic complex dynamic system operating in an unstable transition economy and the use of economic and mathematical methods and models to study the processes taking place in the bank, assess its effectiveness, identify areas and ways to improve management banking activities.

Key words: bank, financial company, financial market, perfect competition, production function, monitoring.

Вступ. Становлення ринкової економіки в Україні супроводжується процесом розбудови вітчизняної фінансово-кредитної системи. Основою фінансово-кредитної системи є банківська система, яка безпосередньо охоплює всі ланки єдиного господарського механізму держави. На сьогодні банки стали вагомим чинником ділового і політичного життя суспільства, з їх діяльністю пов'язане рішення широкого спектру проблем перехідної економіки. Умови жорсткої конкурентної боротьби ставлять вимоги до високої якості банківських послуг.

Економіко-математичне моделювання у сфері ефективного управління банківською діяльністю є процесом, що складно підлягає науковій формалізації. Неодноразові спроби виділити загальні принципи створення математичних моделей призводили або до декларування агрегованих рекомендацій досить загального характеру, які складно використовувати на практиці, або, навпаки, до появи результатів, які можливо застосувати тільки до досить вузького кола специфічних завдань.

В умовах грошових відносин рівень розвитку банківського сектору значною мірою визначає реальні можливості української економіки. Паралельно з цим банківська система як один із секторів економіки досить чутливо реагує на вплив економічних циклів кон'юнктури і фінансових криз. Тому суспільство, в першу чергу, зацікавлено в стабільному розвитку банків, зокрема в їх платоспроможності, ліквідності, а також в дотриманні допустимого ступеня ризику за різними видами їх діяльності.

Постановка завдання. Проста модель банку як фірми фінансових послуг передбачає виконання двох видів діяльності: залучення депозитів від заощаджувачів і надання кредитів позичальникам. Відповідно до цього, його стан може бути описаний за допомогою двох параметрів, а саме: обсягів депозитів D та кредитів L .

Модель, яка пов'язує в умовах рівноваги грошову базу та депозити, залучені банками, має вигляд

$$W = \sum_{j=1}^n W_j = \sum_{j=1}^n aD_j = aD,$$

де α – норма обов'язкового резервування, W_j – обов'язкові страхові резерви, які перераховує кожний банк на спеціальні рахунки НБУ.

Крім цього, модель поведінки банку в умовах досконалої конкуренції припускає: на значення процентних ставок за кредитами r_L і депозитами r_D банк не має безпосереднього впливу. Також зовнішнім параметром для нього є ставка доходів на капітал, який присутній на міжбанківському ринку r , тобто:

$$\pi = r_L L + rM - r_D D - C(D, L),$$

де $r_L L$ – прибуток, який приносять кредити в обсязі L ; rM – доходи (витрати), які має банк на міжбанківському ринку залежно від її знаку; $r_D D$ – виплати за депозитами; $C(D, L)$ – витрати банку на управління депозитами в сумі D і кредитами у сумі L , що задаються його функцією витрат.

Тоді функцію прибутку можна записати як функцію від депозитів і кредитів, а саме, $\pi(D, L) = (r_L - r)L + (r(1 - \alpha) - r_D D) - C(D, L)$.

Результати. Ситуація досконалої конкуренції є нехарактерною для банківської галузі, якій властиві високі вхідні бар'єри. До числа найвідоміших моделей поведінки банку-монополіста може бути віднесена модель Монті-Кляйна, див. [16], в рамках якої діє банк, відповідно до класичної мікроекономічної теорії монополії.

Модель поведінки банку в конкурентному середовищі може розглядатись як частинний випадок моделі Монті-Кляйна в разі виконання наступних умов $\varepsilon_D(r_D^*) \rightarrow \infty$ і $\varepsilon_L(r_L^*) \rightarrow \infty$.

Враховуючи ці умови, отримаємо:

$$\frac{r_D^*(1 - \alpha) - C'_D - r_D^*}{r_D^*} = \frac{1}{\varepsilon_D(r_D^*)} \rightarrow 0, \quad \frac{r_L^* - (r - C'_L)}{r_L^*} = \frac{1}{\varepsilon_L(r_L^*)} \rightarrow 0,$$

тобто умови конкурентної рівноваги.

В розглянутих модифікаціях Монті-Кляйна була зосереджена увага на умовах існування конкуренції за Курно, які передбачають конкуренцію за обсягами продукції, що випускається (у випадку банків – обсяги кредитів і депозитів). Проте, враховуючи певну значущість отриманих результатів внаслідок реалізації вказаних моделей, вони, на жаль, не враховують випадки коли конкуренція відбувається не за обсягами, а за цінами, тобто ситуацію конкуренції за Бертраном.

Одним із чинників, який істотно ускладнює досягнення стану рівноваги за Бертраном, є так звана подвійна конкуренція, тобто коли між банками існує одночасне суперництво як за депозитами, так і за кредитами.

Якщо позначити через $L(r_L)$ – попит на кредити, а через $D(r_D)$ – пропозицію депозитів, то з урахуванням зроблених припущень традиційна для випадку досконалої конкуренції рівновага за Вальрасом визначатиметься умовою $r_L = r_D = \hat{r}$, де \hat{r} – єдиний розв'язок рівняння $L(r) = D(r)$.

Фактично такий тип рівноваги ідентичний ситуації, коли попит і пропозиція грошових фондів присутні на деякому централізованому ринку (без посередників). Проте, якщо допустити існування посередників і взяти до уваги, що в реальній економіці необмежених джерел грошових коштів не існує, то виникає можливість такого варіанту розвитку подій, за якого банк може «загнати в кут» ринок кредитів, повертаючи всю суму доступних депозитів. Таким чином, конкуренція на ринку депозитів може звестися до придбання одним із банків права бути монополістом на ринку кредитів. Тому рівновага за Вальрасом не є стійкою, оскільки пропонуючи вищу ставку за депозитами, будь-який з банків витіснить своїх конкурентів і стане монополістом на ринку кредитів.

Хоча концепція монополістичної конкуренції була вперше представлена в роботі [12]. Однією з найбільш поширених моделей даного класу є модель Салопа [7], в якій диференціація між продуктами відбувається за ознакою транспортних витрат, під ними розуміємо деякі узагальнені (агреговані) витрати, які несе клієнт банку (вкладник) при доступі до його послуг. У простому формулюванні моделі Салопа для банківської системи передбачається існування сукупності депозиторів (вкладників) в кількості D , кожний з яких володіє наявними запасами грошових коштів, які він потенційно готовий розмістити на рахунки в банку. При цьому в цілях спрощення вважається, що кожний вкладник має суму, величина якої дорівнює умовній одиниці.

Під час практичної реалізації виробничо-організаційних моделей ми стикаємося з проблемою побудови виробничої функції фінансово-банківської фірми. Існує два глобальні напрями досліджень, які стосуються побудови виробничих функцій фінансово-банківських інститутів: моделювання без урахування та з урахуванням посередницької діяльності.

Перший напрям бере свій початок з робіт [6]. Відповідно до нього депозити і кредити розглядаються як вихідні параметри його діяльності, а витрати на оплату співробітників, капітальні вкладення тощо – як вхідні. Для оцінки витрат на ту або іншу банківську послугу в роботі [1] запропоновано використовувати функціональну залежність типу Кобба-Дугласа: $C_i = \text{const } Q_i^{\epsilon_i} w_i^{\alpha_i} r_i^{(1-\alpha_i)}$.

Другий клас методів і підходів до побудови виробничої функції, на відміну від попереднього, припускає облік на змістовному рівні результатів діяльності банків як фінансових посередників. На концептуальному рівні такий похід до конструювання виробничих функцій адекватніше відображає специфіку задач, які розв'язують банки. Слід зауважити, що даний підхід розвитку в роботах [14; 17; 18]. Слід також звернути увагу на те, що результати, одержані в моделях як першого, так і другого типів, дуже мало відрізняються один від одного.

Під час побудови виробничої функції для банку (фінансової фірми) істотною є проблема класифікації даних чинників на вхідні і вихідні. Важливість цього питання, в першу чергу, пояснюється тим, що віднесення до виходів тих чинників, які насправді такими не є, веде до неминучого спотворення істинних цілей модельованого об'єкту. Для дослідження цієї проблеми цікавим є підхід до розв'язку задач класифікації, який запропонований в роботі [16]. У ній вводиться термін «витрати використання фінансового ресурсу», під якими розуміють чисті витрати.

В ході розгляду різних модифікацій моделі Монті–Кляйна використовувалися як прямі, так і обернені функції, що зв'язують між собою обсяги депозитів D і величину відповідної процентної ставки r_D . Крім цього існує широкий клас економіко-математичних моделей, в яких діяльність фінансово-банківських установ трактується як фінансових посередників, які можна структурувати в наступні напрямки.

До першого можна віднести моделі, що трактують банки як пули депозиторів.

Другий напрям базується на концепції банків як об'єднаних власників інформації. Очевидно, що воно особливо актуальне в умовах інформаційної асиметрії. Дійсно, якщо доступ до інформації про характеристики проекту, що припускає інвестиційні вкладення, мають тільки окремі позичальники, то конкурентна рівновага може виявитися неефективною.

Нарешті, третій напрям пов'язаний з так званою теорією делегованого моніторингу. У загальному випадку вона припускає, що в умовах, коли спостерігається ефект зростання доходів від масштабу, індивідуальні позикодавці вважають за краще делегувати функції контролю (моніторингу) за поведінкою підприємств, в проекти яких вони зробили інвестиції, спеціальним посередницьким фірмам, тобто банкам.

Модель, що ілюструє механізм роботи пулів депозитаріїв, була запропонована в роботі [13]. Вона розглядає деяку абстрактну триперіодну економіку ($t=0,1,2$), в якій існує один умовний (узагальнений) ресурс і функціонує скінчена множина агентів (економічних суб'єктів). Вважаємо, що у момент часу $t=0$ кожний з агентів володіє однією одиницею ресурсу. Він має можливість використовувати його або у момент часу $t=1$ (так зване раннє споживання), або у момент часу $t=2$ (пізнє споживання). В рамках даної моделі у момент часу $t=1$ відкривається фінансовий ринок, на якому агенти можуть обміняти ресурс, що у них є, на безризикову облігацію. Відповідно, у момент часу $t=2$ по облігації можна одержати деяку кількість ресурсу. Існує фінансовий ринок, на якому діють посередники, а саме, існують інститути, які можуть у момент часу $t=0$ приймати від агентів депозити.

Вважають, що будь-який агент ринку, який володіє деякою інформацією і хоче одержати від цього дохід, стикається з двома принциповими проблемами. По-перше, якщо він намагається продати цю інформацію, то покупець не може бути упевнений в її достовірності. По-друге, дохід, одержаний від продажу інформації, може виявитися незначним в порівнянні з витратами на її отримання. У ситуації, коли інформація про ціни є відкритою, дохід може виявитися нульовим. Таке явище одержало назви парадоксу Гроссмана-Штігліца [11]. В [8, 19] вивчали цю проблему і сформулювали методи її розв'язку в умовах існування фінансових посередників.

В [1] звернули увагу на деякі особливості діяльності банків щодо трансформації активів, які трактуються як фінансування ризикових проектів безризиковими депозитами. В умовах несприятливого вибору, коли окремі агенти мають приватну інформацію з приводу ризикових проектів, безризикові депозити можуть бути використані деякими не поінформованими агентами. В той же час в рамках запропонованої моделі було показано, що у відповідній економічній системі участь фінансових посередників необов'язкова і безризикові облігації, що напряму випускаються фірмами, можуть бути замінені депозитами. Робота [9] розкриває цікаві теоретичні моделі, що описують роботу банку як установи делегованого моніторингу.

Одна із них ґрунтується на наступних передумовах. У деякій економічній системі функціонують N ідентичних фірм, яким необхідні засоби для фінансування своїх проектів. Потреби фірм в інвестиціях вважаються нормалізованими, тобто кожній фірмі необхідна одиниця деякого вкладення. Доходи фірм розподілені однаково і незалежно. Кожна фірма за наслідками здійснення свого проекту одержує деякий дохід, який розглядається як реалізація випадкової величини \tilde{y} . Його істинне значення невідоме інвестору, що і породжує для нього проблему можливого морального збитку у разі несумлінної поведінки позичальника. Вважаємо, що дана проблема може бути розв'язана двома принциповими способами. По-

перше, проведенням заходів щодо моніторингу (контролю поведінки позичальника), що вимагає додаткових витрат в розмірі K одиниць. По-друге, шляхом укладення боргових контрактів з витратами штрафного (фіскального) характеру в розмірі C . Вважається, що $K < C$. Дана умова означає: якщо у фірми є єдиний інвестор, то ефективнішою буде технологія моніторингу. Кожен інвестор володіє коштами у розмірі $1/m$. Таким чином, для фінансування одного проекту потрібно залучити m інвесторів. У даній економічній системі існують, щонайменше, mn інвесторів, що забезпечує можливість фінансування всіх проектів. Загальні витрати на контроль при цьому будуть дорівнювати mnK .

Якщо в системі існує фінансовий посередник (банк), то функції моніторингу можуть виконуватися ним. Банк може на свій розсуд вибирати ті форми, в яких здійснюється контроль: контролюється кожна фірма (загальні витрати дорівнюють nK); з кожною фірмою укладений борговий контракт (загальні витрати дорівнюють nC). Банк виступає як установа делегованого моніторингу, яка контролює позичальників з позиції інтересів кредиторів. Зі сторони банку кредиторам (інвесторам) пропонуються боргові (точніше кажучи, депозитні) контракти. За такими контрактами кожному інвестору в обмін на депозит розміром $1/m$ гарантується виплата суми R_d/m . Грошовий потік, одержаний банком як фінансовим посередником, може

бути репрезентований випадковою величиною $\tilde{z} = \sum_{i=1}^n \tilde{y}_i - nK$, де $\sum_{i=1}^n \tilde{y}_i$ – сума платежів, зібраних банком від позичальників, а nK – витрати на здійснення моніторингу; можемо зробити висновок, що банк ліквідується, якщо грошовий потік $\tilde{z} < nR_d$.

Також може бути доведено твердження про те, що делегований моніторинг банку буде ефективнішим від прямого контролю з боку інвестора тоді і тільки тоді, коли $nK + C_n < nmK$.

Кінцевий результат, одержаний на базі даної моделі, можна сформулювати таким чином:

Якщо контроль ефективний ($K < C$), можливості інвесторів обмежені ($m > 1$), сам процес інвестування приносить дохід ($E(\tilde{y}) > K + R$) і значення n достатньо велике (забезпечує диверсифікацію вкладень), то ситуація, в якій присутні фінансові посередники, буде ефективнішою, ніж ситуація, заснована на використанні безпосереднього контролю інвестора над позичальником (пряме кредитування). Зокрема, слід звернути увагу на динамічні моделі, що передбачають можливості зміни форм фінансування проектів на різних етапах їх існування. До них відноситься двоетапна модель кредитного ринку, сформульована в [4]. Її ключовим елементом є віддзеркалення того факту, що в процесі свого функціонування успішна фірма може забезпечити собі «репутацію», що дозволяє одержувати прямі кредити. В [10] розглянуто модель, що досліджує проблему вибору між прямим і банківським (посередницьким) фінансуванням. В ній чинником, що визначає переваги використання прямого фінансування, є об'єм капіталу, яким володіє фірма.

У роботах [4, 21] вивчалися питання взаємостосунків банків і позичальників в динаміці. Ключовим елементом сформульованих в них моделей була ідея про те, що банки прагнуть встановити «добрі» відносини з позичальниками з метою отримання доступу до джерел інформації про них. Також, як і в моделі Даймонда, вважається, що успішні у минулому фірми мають кращі шанси на розвиток свого успіху в майбутньому. Проте вважається, що банки володіють достовірною інформацією тільки про ті фірми, для яких вони були кредиторами на попередніх етапах, інакше банки повинні проводити процедури аудиту невідомих для них фірм. Існують моделі, що розглядають функціонування фінансових ринків в умовах обмеженого попиту на активи, що породжує проблему обмежень на участь у фінансових ринках. Цікаво відзначити, що один з висновків, одержаний в ході аналізу моделей такого роду, полягає у тому, що зі збільшенням кількості учасників на фінансовому ринку його ефективність росте, а банківський сектор скорочується.

Наступна група моделей пов'язана з вивченням питань співіснування фінансових посередників і ринків цінних паперів. Наявність такого чинника як ринок цінних паперів може істотно впливати на ступінь інформованості економічних суб'єктів і змінювати в ту чи іншу сторону ситуацію з інформаційною асиметрією. Низка авторів, в [20], вивчали проблему власності на інформацію. Суть її полягає у тому, що фірми-позичальники можуть зазнавати збитків в тому випадку, якщо конкурентам стає доступною деяка приватна інформація, що стосується їх діяльності. В рамках даного контексту може бути зроблений висновок про те, що двосторонні відносини банку і позичальника можуть виявитися ефективнішими від багатостороннього кредитування.

Висновки. Прибутковість різних видів банківських фінансових послуг досить сильно змінюється від банку до банку і сильно залежить від часового проміжку, на якому збираються дані, то саме розбиття множини наданих фінансових послуг на «входи» і «виходи» може мати сильні флуктуації, що робить відповідну модель виробничої функції фінансової фірми дуже нестійким об'єктом вивчення. На основі зробленого аналізу основних економіко-математичних моделей поведінки фінансових компаній в умовах монополістичного ринку можемо зробити висновок, що кожна модель характеризує певну сторону розвитку фінансового ринку відповідно до ситуації. Проведений аналіз розвитку банківського сектору України показав: очікується подальше поступове уповільнення темпів його розвитку через зміни умов на світових фінансових ринках та насичення ринку. Водночас, розвиток банківського сектору України поступово наблизатиметься до рівня його розвитку в країнах зі зрілою економікою.

Література

1. Allen F. The market for information and the origin of financial intermediation. *Journal of financial intermediation*. 1990. Vol. 1. P. 3–30.
2. Bell F.W., Murphy N.B. Economies of scale and division of labor commercial banking. *National Banking Review*. 1968. Vol. 5. P. 131–139.
3. Benston G.I. Branch banking and economies of scale. *Journal of Finance*. 1965. Vol. 20. P. 312–331.
4. Benston G.I., Hanweck G.A., Humphrey D. Scale economies in banking. *Journal of Money, Credit and Banking*. 1982. Vol. 14(1). P. 435–546.
5. Benston G., Smith C. W. A transaction cost approach to the theory of financial intermediation. *The Journal of Finance*. 1976. Vol. 31. P. 215–231.
6. Bhattacharya S., Chiesa G. Proprietary information, financial intermediation and research incentives. *Journal of Financial Intermediation*. 1995. Vol. 4. P. 328–357.
7. Campbell T.S., Kracaw W.A. Information production, market signalling, and the theory of financial intermediation. *Journal of Finance*. 1980. Vol. 35. P. 863–882.
8. Chamberlin E. *Theory of monopolistic competition*. Harvard University Printing Office, 1933.
9. Diamond D. Financial intermediation and delegated monitoring. *Review of economic studies*. 1984. Vol. 51. P. 393–414.
10. Diamond D. Monitoring and reputation: The choice between bank loans and directly placed debt. *Journal of Political Economy*. 1991. Vol. 99. P. 689–721.
11. Gorton G., Pennachi G. Financial intermediaries and liquidity creation. *Journal of Finance*. 1990. Vol. 45. P. 49–71.
12. Grossman S.J., Stiglitz J. On the impossibility of informationally efficient markets. *American Economic Review*. 1980. Vol. 70. P. 393–408.
13. Hancock D. *A Theory of Production for the Financial Firm*. Norwell (Mass.), Kluwer Academic Publishers, 1991. Wiley and Sons, Inc., 1962.
14. Holmstrom B., Tirole J. Financial intermediation, loanable funds, and the real sector. IDEI, Toulouse University, 1993.
15. Kim M. Banking technology and existence of a consistent output aggregate. *Journal of Monetary Economics*. 1986. Vol. 18(2). P. 181–195.
16. Klein M. A Theory of banking firm. *Journal of Money*. 1971. Vol. 3. P. 205–218.
17. Mester L.A. Multiproduct cost study of savings and loans. *Journal of Finance*. 1987. Vol. 42(2).
18. Murray J.D., White R.W. Economies of scale and economies of scope in multi-product financial institutions: A Study of British Columbia credit unions. *Journal of Finance*. 1983. Vol. 38(3). P. 887–902.
19. Monti M. Deposit, credit, and interest rate determination under alternative bank objectives. *Mathematical methods of finance*. Amsterdam: North-Holland, 1972.
20. Sharpe S. Asymmetric information, bank lending and implicit contracts: A stylized model of customer relationships. *Journal of Finance*. 1990. Vol. 45(4). P. 1069–1087.
21. Rajan R.G. Insiders and outsiders: The choice between informed and arm's-length debt. *Journal of Finance*. 1992. Vol. 47(4). P. 1367–1400.

Надійшла / Paper received: 29.06.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК: 339.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-8

БРИЧ Б. В.

Західноукраїнський національний університет

МАРКЕТИНГОВА МОДЕЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ ЕНЕРГОСЕРВІСНОГО РИНКУ

На сьогодні маркетингова модель забезпечення інформативності процесів є ключовим моментом для збору і якісної оцінки того чи іншого ринкового сектора. Енергосервісний ринок на даний момент динамічно розвивається, з чого виникає актуальне питання щодо розробки маркетингової моделі забезпечення інформативності процесів енергосервісного ринку. Мета статті: розробити дієву маркетингову стратегію для забезпечення інформативності суб'єктів діяльності на енергосервісному ринку. Висновки: визначено і охарактеризовано стратегію маркетингової діяльності на енергосервісному ринку шляхом створення моделі та алгоритму реалізації даної стратегії.

Ключові слова: маркетинг, енергосервісний ринок, модель, стратегія.

BRYCH B.

Western Ukrainian National University

MARKETING MODEL OF ENSURING INFORMATIVENESS OF ENERGY SERVICE MARKET PROCESSES

To build a marketing model to ensure the informativeness of energy market processes, it is necessary to be based on a common sales management system.

The approach to assessing the effectiveness of marketing strategy is fully focused on the sales management system, not taking into account other business processes of the company, which can have both positive and negative impact on sales results. The problems of internal communications between departments, which in practice are often the main causes of inefficient sales, are not taken into account.

The analysis of the literature showed that the most widespread in practice among enterprises was the approach based on the analysis of sales results in the dynamics, ie identifying problems by their manifestation, expressed in reduced sales, falling customer loyalty (transition to competitors) or reducing profitability.

Currently, the marketing model to ensure the informativeness of processes is a key point for the collection and quality assessment of a market sector. The energy service market is currently developing dynamically, which raises the urgent question of developing a marketing model to ensure the informativeness of the energy service market. The purpose of the article: to develop an effective marketing strategy to ensure the informativeness of the subjects of activity in the energy service market. Conclusions: defined and characterized the strategy of marketing activities in the energy market was defined and characterized by creating a model and algorithm for implementing this strategy.

Key words: marketing, energy service market, model, strategy.

Для побудови маркетингової моделі забезпечення інформативності процесів енергосервісного ринку, необхідно базуватися на загальній системі управління продажами. Н.А. Дімітріаді [1] було запропоновано класифікацію систем управління продажами в сучасних міжнародних організаціях на основі аналізу функцій, які реалізуються в процесі розробки маркетингової стратегії [2]:

1. Складання загального плану завдань для відділу продажів.
2. Складання плану завдань для кожного співробітника відділу.
3. Розподіл територій/ринків/клієнтів між співробітниками відділу продажів.
4. Диференціація клієнтів, з якими необхідно працювати співробітникам відділу продажів.
5. Здійснення контролю виконання плану поставлених завдань співробітниками відділу продажів.
6. Ліквідація «кадрового голоду» за допомогою відбору та найму кваліфікованих співробітників у відділ продажів.
7. Розробка програми розвитку співробітників відділу продажів.
8. Організація процесу вироблення професійних навичок у співробітників відділу продажів.

Таким чином, даний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії повністю концентрується на системі управління продажами, не враховуючи інші бізнес-процеси компанії, які можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на результати продажів. Не враховуються проблеми внутрішніх комунікацій між відділами, які на практиці часто є основними причинами неефективних продажів.

Аналіз літератури показав, що найбільшого поширення в практиці серед підприємств отримав підхід, заснований на аналізі результатів продажів в динаміці, тобто виявлення проблем за фактом їх прояви, вираженого в зниженні обсягів продаж, падіння рівня лояльності клієнтів (переходу до конкурентів) або скорочення рівня рентабельності продажів.

Розглянемо більш докладно ієрархію стратегій в різних компаніях. Так, в диверсифікованих компаніях можна виділити чотири рівні стратегії:

- корпоративна стратегія, яка є спільною стратегією розвитку компанії в цілому, її положення на ринку; дана стратегія спрямована на вирішення стратегічних цілей функціонування компанії;
- ділова стратегія – деталізована стратегія за видами діяльності підприємства;

– функціональна стратегія – передбачає більш детальне опрацювання стратегії за кожним функціональним напрямком відповідної сфери діяльності підприємства; в рамках функціональної стратегії виділяють виробничу, маркетингову, фінансову та інші стратегії;

– операційна стратегія – вузькопрофільна стратегія всередині функціональних напрямків.

У таблиці 1 представимо розподіл завдань розробки кожного виду стратегій залежно від рівня ієрархії.

Таблиця 1

Розподіл завдань розробки стратегій залежно від рівня ієрархії

Рівні стратегії	Відповідальні обличчя	Заходи
Корпоративна стратегія	Керуючі вищого рангу, інші ключові менеджери	Створення та управління високопродуктивним господарським портфелем структурних підрозділів корпорації (придбання компаній, зміцнення існуючих ділових позицій, припинення діяльності, що не відповідає управлінським планам)
Ділова стратегія	Генеральні директори / керівники підрозділів	Розробка заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності та збереження конкурентних переваг. Формування механізму реагування на зовнішні зміни
Функціональна стратегія	Керівники середньої ланки	Дії з підтримки ділової стратегії і досягнення цілей підрозділу. Огляд, перегляд і об'єднання пропозицій менеджерів на місцях
Операційна стратегія	Керівники на місцях	Дії щодо вирішення вузькопрофільних питань і проблем, пов'язаних з досягненням цілей підрозділу

У разі, коли компанія вузькопрофільна, то виділяють тільки три рівня ієрархії стратегій: корпоративна, функціональна і операційна.

Досить часто керівництво підприємства обмежується впровадженням CRM-стратегії (Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами) [4]. При цьому, головна мета зазначеної стратегії полягає в тому, щоб виявити клієнтів, які приносять компанії максимальний прибуток і організувати ефективну роботу з ними, запобігаючи їх переходу до конкурентів, що, в свою чергу, має підвищити дохід компанії. Однак, слід зазначити, що акцент тільки на CRM-стратегії при розробці заходів щодо підвищення ефективності маркетингової стратегії не принесе бажаного результату без урахування рівня організації інших бізнес-процесів, а також внутрішніх комунікацій в компанії.

Поширеним підходом до підвищення ефективності маркетингової стратегії на підприємствах є процесний підхід. Суть процесного підходу до розробки маркетингової стратегії полягає в тому, що компанія розглядається «як мережа пов'язаних між собою бізнес-процесів і дозволяє керівникам відділів продажів визначати і управляти ключовими процесами і результатами діяльності відділу» [5]. За фактом даний підхід враховує взаємозв'язок відділу продаж і відділу маркетингу (рис. 1). Основним завданням управління є підвищення ефективності та прозорості діяльності з продажу компанії.

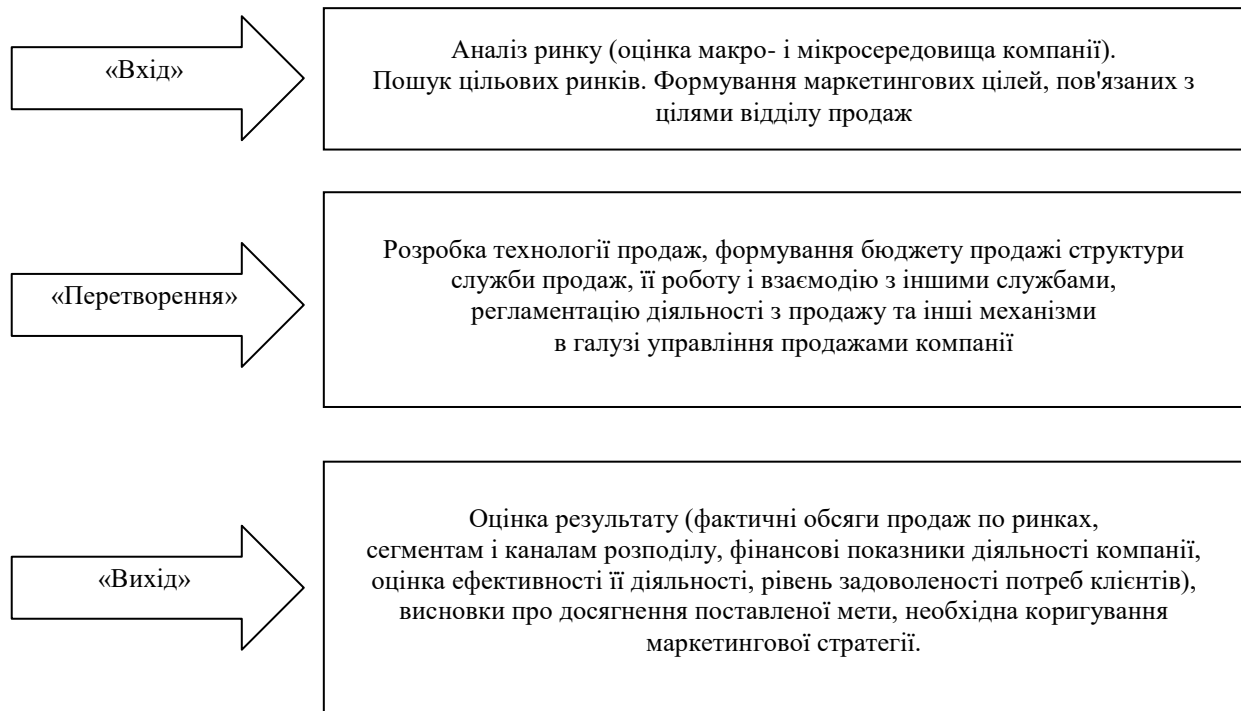


Рис. 1. Алгоритм реалізації процесного підходу під час розробки маркетингової стратегії [6]

Алгоритм формування і реалізації маркетингової стратегії підприємства, що працює в сфері енергосервісного ринку, представлений на рис. 2.

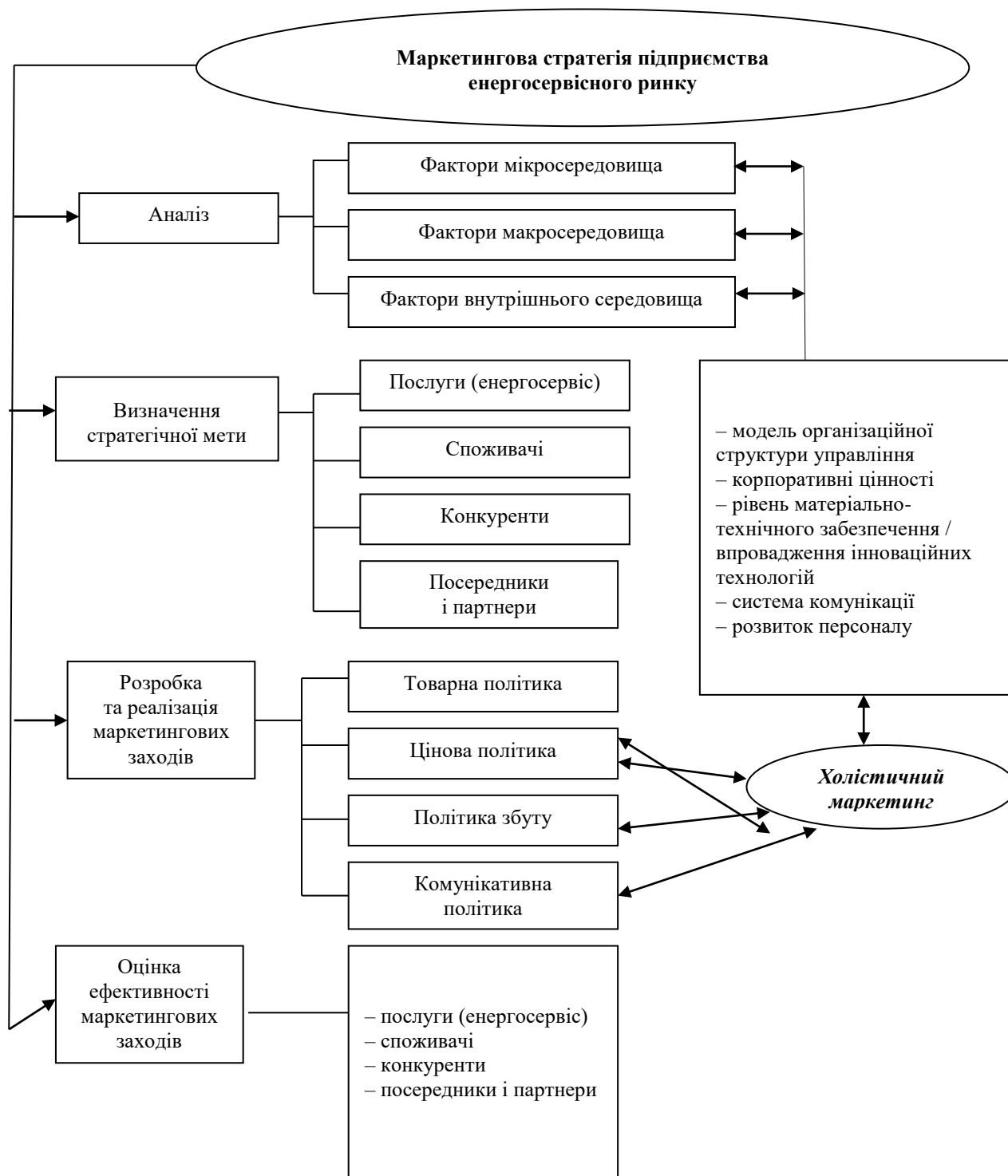


Рис. 2. Формування маркетингової стратегії підприємства на енергосервісному ринку на засадах холістичного маркетингу

Маркетингова стратегія формується на основі отриманих даних про зовнішнє і внутрішнє середовище компанії, після проведеного аналізу, розробляється стратегія з урахуванням загальних стратегічних цілей підприємства, потім реалізується за допомогою маркетингових заходів, на закінчення циклу здійснюється контроль результатів реалізації стратегії. З огляду на те, що маркетингова стратегія будується на підставі показників зовнішнього і внутрішнього середовища в результаті змін в середовищі, необхідно вносити корективи і в маркетингову стратегію для того, щоб вона зберігала свою актуальність. Важливу позицію в побудові стратегії займає холістичний маркетинг, що передбачає одночасне застосування маркетингу відносин, інтегрованого маркетингу, внутрішнього маркетингу і соціально відповідального маркетингу [8].

Як правило підприємства вносять корективи в маркетингову стратегію за одним з двох принципів:

1. Постфактум. В даному випадку контроль здійснюється через певний проміжок часу (місяць, квартал, рік), але не рідше одного разу на рік. Поки розроблена стратегія задовольняє стратегічним цілям компанії, вона використовується без змін, але як тільки результати використання маркетингової стратегії починають чинити негативний вплив на досягнення стратегічних цілей компанії (наприклад, спостерігається зниження обсягів продажів, втрата ринкової частки), то слід проводити аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища компанії для внесення необхідних коректив.

2. На випередження. В даному випадку в компанії регулярно проводиться моніторинг зовнішнього і внутрішнього середовища і в разі виявлення змін, які вплинуть на результат використання існуючої маркетингової стратегії, в неї вносяться корективи до того, як проявиться негативний вплив.

Найкращий підхід в контролі відповідності маркетингової стратегії вимогам ринку – це підхід «на випередження». Таким чином, ключовими напрямками для удосконалення маркетингової стратегії є: макросередовище, мікросередовище (бізнес-середовище) та внутрішнє середовище підприємства. Розглянемо більш докладно, які заходи компанія може впроваджувати за кожним напрямком з метою удосконалення маркетингової стратегії. На фактори макросередовища компанія, що працює на енергосервісному ринку, вплинути не може, а може тільки враховувати їх для того, щоб маркетингова стратегія була більш ефективною. Для цього за результатами аналізу макросередовища, виявляють ті можливості, які підприємство може використовувати для поліпшення фінансових показників або інших стратегічних цілей. Ресурси компанії, що працює на енергосервісному ринку, перерозподіляються таким чином, щоб використовувати дані можливості. У свою чергу, для того, щоб знизити виявлені загрози ринку компанії, необхідно акцентувати увагу споживачів на власних конкурентних перевагах, а також розробити ряд заходів щодо посилення слабких сторін. Бізнес-середовище компанії, що працює на енергосервісному ринку [7], включає в себе постачальників, конкурентів, споживачів, товари-замінники, умови входження в галузь. Для того, щоб змінити маркетингову стратегію в даному напрямку, компанія, що працює на енергосервісному ринку, може не тільки враховувати можливості і загрози, а й активно взаємодіяти з представниками бізнес-середовища і впливати на споживача за допомогою маркетингових інструментів.

В якості заходів, спрямованих на удосконалення маркетингової стратегії, в даному напрямку можна виділити наступні:

1. Переглянути цінову політику. В даному випадку мається на увазі не разові акції і знижки, а саме розробка нового продукту, товару або послуги для іншого цінового сегмента (дешевший або преміум класу) залежно від потреби ринку і можливостей компанії.

2. Переглянути продуктову (товарну) лінійку. В даному випадку компанія може оптимізувати свій асортиментний портфель для підвищення прибутковості чи розширити асортимент в рамках основного напрямку, або включити асортимент суміжних товарів чи послуг для охоплення нової цільової аудиторії.

3. Переглянути способи реалізації продукції, товару або послуг. В даному випадку компанія може вийти в Інтернет для здійснення електронної комерції, це дозволить збільшити охоплення цільової аудиторії не залежно від місця розташування компанії, або організувати власну мережу збуту для підвищення престижності власної продукції, товару або послуги, чи, навпаки, налагодити контрактне виробництво (виробництво продукції для ритейлерів під їхньою торговельною маркою), що забезпечить завантаження виробничих потужностей підприємства і забезпечить стабільну фінансову подушку.

4. Переглянути способи просування продукції, товару або послуги. В даному випадку компанія може використовувати нові технології в просуванні, це може бути Інтернет (підвищення конверсії сайту), або розробка системи стимулювання клієнтів за допомогою карт знижок і промо-акцій, чи участь в соціальних проектах і т.д.

Для оцінки ефективності маркетингової стратегії існує безліч різних аналітичних показників; охарактеризуємо ті, які можуть бути ефективно застосовуватися в умовах енергосервісного ринку [3]:

1. Аналіз воронки продажів – найбільш поширений підхід, який полягає в оцінці етапів процесу продажі (від залучення клієнтів до отримання оплати від клієнта за продукт або надану послугу), розрахунку конверсії кожного етапу (для виявлення місця, де спостерігається найбільша втрата потенційних покупців), при цьому аналіз воронки продажу може здійснюватися як в цілому по відділу, так і індивідуально за кожним працівником.

2. Аналіз етапів циклу угоди, тобто оцінка середньої тривалості операції і кожного окремого етапу операції. Це дозволяє фіксувати кількість дзвінків і розмов між етапами, оцінити часовий лаг переходу клієнта з одного етапу угоди на інший. Таку аналітику можна впровадити як на основі CRM, так і просто за допомогою звітності.

3. Аналіз з урахуванням трудовитрат співробітників відділу продажів на різних етапах, тобто оцінити ефективність персоналу відділу продажів.

4. Менш задіяними і більш трудомісткими способами аналізу маркетингової стратегії є аналіз точок і причин відтоку клієнтів, аналітика за типами клієнтів і типами продуктів, аналітика за каналами залучення клієнтів.

Висновок. Таким чином, заходи для удосконалення маркетингової стратегії в енергосервісному напрямку повинні здійснюватися на основі проведеного стратегічного аналізу, виходячи з потреб ринку і можливостей компанії, що працює на енергосервісному ринку.

Література

1. Дімітріаді Н.А. Аналіз основних типів систем управління продажами в сучасних компаніях / Н.А. Дімітріаді // Облік і статистика. – 2019. – № 1 (25). – С. 60–64.
2. Золтнерс А.А. Стратегія продажів. Організація продуктивної роботи торгового персоналу / А.А. Золтнерс, П. Сінха, С.Е. Лорімер. – Дніпро : Баланс Бізнес Букс, 2015.
3. Лукич Р. Управління відділом продажів. Інструменти ефективного менеджера / Лукич Р. – М. : Добра книга, 2019.
4. Підвищення ефективності відділу продажів [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://upinc.ru/povyshenie-effektivnosti-otdela-prodazh/>
5. Управління продажами : [навчально-методичний посібник / уклад. І.В. Філімоненко]. – Красноярськ : Сиб. Федер. Ун-т, 2017. – 130 с.
6. Руденко І.В. Управління продажами: витоки, сутність, підходи / І.В. Руденко // Вісник Омського університету. Серія «Економіка». – 2017. – № 4. – С. 21–25.
7. Сунь Ю. Управління продажами товарів на підприємстві / Ю. Сунь // Молодий вчений. – 2019. – № 20. – С. 417–418.
8. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
9. Методи управління ризиками енергопостачальної компанії : монографія / [В.Я. Брич, О.Л. Шпак, З.І. Домбровський, А.М. Тибінь, М.З. Домбровський]. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – 304 с.
10. Брич В. Організаційно-економічні передумови реінжинірингу бізнес-процесів на ринку комунальної теплоенергетики України / В. Брич, М. Федірко, І. Янік // Вісник Тернопільського національного економічного університету, 2016. – № 2. – С. 7–19.

References

1. Dimitriadi N.A. Analiz osnovnykh tipiv system upravlinnia prodazhamy v suchasnykh kompaniiakh / N.A. Dimitriadi // Oblik i statystyka. – 2019. – № 1 (25). – S. 60–64.
2. Zoltners A.A. Stratehiia prodazhiv. Orhanizatsiia produktyvnoi roboty torhovooho personalu / A.A. Zoltners, P. Sinkha, S.E. Lorimer. – Dnipro : Balans Biznes Buks, 2015.
3. Lukych R. Upravlinnia viddilom prodazhiv. Instrumenty efektyvnoho menezhnera / Lukych R. – M. : Dobra knyha, 2019.
4. Pidvyshchennia efektyvnosti viddilu prodazhiv [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu : <http://upinc.ru/povyshenie-effektivnosti-otdela-prodazh/>
5. Upravlinnia prodazhamy : [navchalno-metodychnyi posibnyk / uklad. I.V. Filimonenko]. – Krasnoiarisk : Syb. Feder. Un-t, 2017. – 130 s.
6. Rudenko I.V. Upravlinnia prodazhamy: vytoky, sutnist, pidkhody / I.V. Rudenko // Visnyk Omskoho universytetu. Seriiia «Ekonomika». – 2017. – № 4. – S. 21–25.
7. Sun Yu. Upravlinnia prodazhamy tovariv na pidpriemstvi / Yu. Sun // Molodyi vchenyi. – 2019. – № 20. – S. 417–418.
8. Kotler F. Marketynhovyi menezhment / F. Kotler, K.L. Keller, A.F. Pavlenko ta in. – K. : Vydavnytstvo «Khimdzhest», 2008. – 720 s.
9. Metody upravlinnia ryzykamy enerhopostachalnoi kompanii : monohrafiia / [V.Ia. Brych, O.L. Shpak, Z.I. Dombrovskiyi, A.M. Tybin, M.Z. Dombrovskiyi]. – Ternopil : TNEU, 2013. – 304 s.
10. Brych V. Orhanizatsiino-ekonomichni peredumovy reinzhynirynhu biznes-protsesiv na rynku komunalnoi teploenerhetyky Ukrainy / V. Brych, M. Fedirko, I. Yanik // Visnyk Ternopil'skoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, 2016. – № 2. – S. 7–19.

Надійшла / Paper received: 06.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 519.86: 336.71

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-9

БУРТНЯК І. В., БЛАГУН І. С.

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ

У статті розроблено економіко-математичну модель з дифузією, яка степеневно зростає для знаходження банківськими установами величини ринкового портфеля акцій та визначення величини внутрішньої волатильності на ринку в будь-який момент часу, а також дослідження динаміки ринку і здійснення моніторингу фінансових потоків, за допомогою розкладу за системою функцій Бесселя першого роду за умови, яка враховує лінійну комбінацію фінансового потоку та швидкості його зміни за різними чинниками. Прогнозування є одним з найважливіших розділів аналізу, в умовах динаміки і конкуренції, що посилюється, в банківській сфері в процесі вироблення і прийняття управлінських рішень. Прийняття рішень має базуватися на аналізі ситуації і формулюванні проблем і цілей подальшого розвитку. Необхідно завжди врахувати, що банк – не замкнута система, він функціонує як частина українського фінансового ринку, який в даний час характеризується значною нестабільністю, залежністю від різних економічних чинників.

Ключові слова: банк, діяльність банків, фінансовий ринок, фінансовий результат, фінансові потоки, моніторинг фінансових потоків, ринковий портфель акцій.

BURTNYAK I., BLAGUN I.

Precarpathian V. Stefanyk National University

MODELLING THE EFFICIENCY OF BANKS WITH THE HELP OF FINANCIAL FLOWS

An attempt to make forecasts based on the analysis of indicators will have a chance of success only if the economic and political situation in the country and in the financial sphere remain stable during the analyzed and forecast periods. Unfortunately, Ukrainian banks and financial markets are currently operating in an unstable environment and the construction of even short-term forecasts is becoming more difficult. However, external consumers of the results of financial analysis are unlikely to have to rely on more detailed information, as they have access only to what can be extracted from the standard financial statements of the bank. And such reporting is limited by the existing accounting and usually has a strict frequency. In another position are the internal users of information that make decisions. They have access to information on contracts and prospects for new operations, on the basis of which you can get a detailed forecast for the near future and longer term.

The authors of the article developed an economic-mathematical model with diffusion, which increases gradually for banking institutions to find the size of the market portfolio of shares and determine the magnitude of internal volatility in the market at any time, as well as to study market dynamics and monitor financial flows with the help of Bessel system functions of the first kind under the condition that takes into account the linear combination of financial flow and the rate of its change by various factors. Forecasting is one of the most important sections of the analysis, in the conditions of dynamics and increasing competition in the banking sector in the process of making management decisions. Decision-making should be based on the analysis of the situation and the formulation of problems and goals for further development. It should always be borne in mind that the bank is not a closed system, it functions as part of the Ukrainian financial market, which is currently characterized by significant instability, dependence on various economic factors.

Keywords: bank, activity of banks, financial market, financial result, financial flows, monitoring of financial flows, market portfolio of shares.

Вступ. Спроба побудови прогнозів на основі аналізу показників матиме шанси на успіх лише за умови, якщо економічна і політична ситуація в країні і в фінансовій сфері залишаються стабільними протягом аналізованого і прогнозованого періодів. На жаль, українські банки і фінансові ринки в даний час працюють в умовах нестабільного зовнішнього середовища і побудова навіть короткострокових прогнозів ускладнюється. Проте, зовнішнім споживачам результатів фінансового аналізу навряд чи доводиться розраховувати на більш детальну інформацію, так як їм доступне лише те, що можна витягнути зі стандартної фінансової звітності банку. Така звітність обмежена рамками існуючого бухгалтерського обліку і зазвичай має строгу періодичність. В іншому становищі перебувають внутрішні користувачі інформації, що приймають рішення. Їм доступні відомості про укладені договори і перспективи нових операцій, на підставі яких можна отримувати детальний прогноз на найближче майбутнє і більш віддалену перспективу.

Постановка завдання. Питання прогнозування є одним з найважливіших розділів аналізу, в умовах динаміки і конкуренції, що посилюється, в банківській сфері в процесі вироблення і прийняття управлінських рішень. Прийняття рішень має базуватися на аналізі ситуації і формулювання проблем і цілей подальшого розвитку [1].

Таким чином, до прогностичної моделі ставляться такі вимоги – модель повинна:

1) задовольняти вимогам повноти, адаптованої і еволюційної. Вона повинна забезпечувати можливість включення досить широкого діапазону змін, щоб було можливе послідовне наближення до моделі, що задовольняє дослідника об'єкта;

2) бути досить абстрактною, щоб допускати варіювання великим числом змінних, але не настільки абстрактною, щоб виникали сумніви в надійності і практичній користі отриманих на ній результатів;

3) задовольняти умови, які обмежують час вирішення завдання. При короткостроковому прогнозуванні для оперативного управління часом рішення визначається ритмом функціонування об'єкта;

4) бути орієнтована на реалізацію за допомогою існуючих технічних засобів, тобто бути фізично здійсненою на даному рівні розвитку техніки;

5) будуватися з використанням постійної в даній наочній області термінології;

6) передбачати можливість перевірки істинності, відповідності її оригіналу. Формальна перевірка полягає в порівнянні певних властивостей оригіналу і моделі.

Крім цього, потрібно враховувати, що банк або фондовий ринок – не замкнута система, він функціонує як частина українського фінансового ринку, який в даний час характеризується значною нестабільністю, залежністю від неекономічних чинників. Ця невизначеність макроекономічної ситуації ускладнює побудову адекватної економіко-математичної моделі функціонування банку [2].

Результати. Для подолання такого роду труднощів пропонується метод для моделювання та дослідження складних систем. Традиційна модель є формалізованим поданням законів і гіпотез, які визначають принципи функціонування системи. Іноді поведінка досліджуваної системи не дозволяє застосувати традиційні методи моделювання. Основними такими причинами є:

а) система, що вивчається, є дуже складною, для неї немає цілісної теорії, що дозволяє використовувати класичний математичний арсенал; такі системи виникають в результаті взаємодії значної кількості об'єктів;

б) існують ситуації, коли математичні моделі, хоч і можуть бути побудовані, залишаються непридатними через значний обсяг обчислень, навіть для сучасних ЕОМ;

в) застосування моделей математичного програмування може бути обмежене через труднощі вибору критерію оптимальності. При цьому значну роль виконує неформальна оцінка результатів розрахунку, яку може дати лише фахівець або експерт. Така ситуація теж дуже актуальна для банків.

В процесі побудови імітаційної моделі виникає завдання максимального використання наявної інформації про систему, з метою подолання аналітичних труднощів і відповіді на питання про поведінку системи. Оскільки як критерій придатності такої моделі виступає адекватність результатів експерименту реальності, допускаються не суворі з наукової точки зору опису деяких властивостей системи. Це можуть бути експертні оцінки, під які не підходять відомі теорії, але, проте добре узгоджуються з практикою. Замість випадкових змінних при кожному імітаційному експерименті застосовуються деякі їх значення, що дозволяє в процесі імітації оперувати з ними, як з не стохастичними параметрами. Процес імітації розбивається на такти, кожен такт відповідає певному періоду реального часу [3].

Поетапна реалізація методу наведена в [1]:

а) визначається мета дослідження. Для цього визначаються основні питання про поведінку досліджуваної складної системи, відповіді на які потрібно отримати. Безліч цих питань дозволяє задати безліч параметрів, які характеризують стан системи – вектор стану;

б) визначається декомпозиція системи на більш прості частини – блоки. В один блок об'єднуються «родинні», тобто що перетворюються за близьким правилами, компоненти вектора стану і процеси, їх перетворюють;

в) формулюються закони і «правдоподібні» гіпотези щодо поведінки як системи в цілому, так і окремих її частин. При цьому дуже важливо відзначити, що в кожному блоці для їх опису може використовуватися свій математичний апарат, найзручніший для відповідного блоку;

г) залежно від поставлених перед дослідником питань вводиться так званий системний час, що моделює хід часу в реальній системі;

д) формалізованим чином задаються необхідні феноменологічні властивості системи і окремих її частин. Часто ці властивості взагалі не можуть бути обґрунтовані за сучасного рівня знань, а базуються на емпіричних даних. Іноді з точки зору отримання відповідей на питання, які цікавлять дослідника, одна властивість є еквівалентною кільком складним математичним співвідношенням і з успіхом їх замінює;

е) випадковим параметрам, що фігурують в моделі, протиставляються деякі їх реалізації, що зберігаються протягом одного або декількох проміжків системного часу.

Економіко-математична модель банку, заснована на фінансових потоках, може бути використана на різних етапах діяльності банку. Потім ті ж інструментальні засоби і методологічні підходи дозволять організувати на систематичній основі імітаційний експеримент для перевірки різних сценаріїв розвитку ситуації [4]. Економічне значення елемента фінансового потоку полягає в тому, що він є показником [2, 3], який прийнято описувати набором термінів у вигляді структурної формули, що розкриває семантичне значення показника. Фінансові потоки для банку мають вигляд

$$w(t, x) = \sum_{n=1}^{\infty} K c_n p e^{-\left(\frac{\mu_n}{\ln K}\right)^2 (T-t)} J_p \left(\frac{\mu_n \ln x}{R} \right),$$

у випадку, якщо процес закінчується в момент часу T , коли $X_T = K$

$$w(t, x) = \sum_{n=0}^{\infty} K c_n p e^{-\left(\frac{\mu_n}{\ln L}\right)^2 (T-t)} J_p \left(\frac{\mu_n (\ln x)}{\ln \frac{R}{L}} \right).$$

де $L < x < R$, L, R – бар'єри, K – ціна, а C_{np} обчислюються наступним чином:

$$C_{np} = 2K \frac{\int_0^1 t (e^{Kt} - 1) J_p(\mu_n t) dt}{J_{p+1}^2(\mu_n)}.$$

Знайдено розклад в ряд фінансового потоку за системою функцій Бесселя J_p першого роду, але розподіл потоків задається функцією Гріна відповідної задачі. Тому для обчислень зручно розкласти функцію Гріна за системою Бесселя. Розглянутому процесу відповідає неоднорідна крайова задача

$$\frac{\partial w}{\partial t} = \frac{\partial^2 w}{\partial x^2} + x^{-1} \frac{\partial w}{\partial x} - \frac{p^2 w(t, x)}{x^2} + f(t, x), \quad x > 0,$$

де $f(t, x)$ двічі неперервно диференційована по x неперервно диференційована по t , абсолютно інтегрована разом із похідними, $(t, x) \in [0, +\infty)$ і має представлення

$$f(t, x) = \sum_{n=0}^{\infty} f_n(t) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right), \quad 0 < x < x_0 < +\infty, \quad 0 < t < T,$$

μ_n корені рівняння $J_p(\mu_n) = 0$.

Розв'язок цієї задачі будемо шукати у вигляді

$$w(t, x) = \sum_{n=0}^{\infty} T_n(t) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right).$$

одержимо

$$\begin{aligned} \sum_{n=0}^{\infty} T_n(t) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) &= \sum_{n=0}^{\infty} \left\{ \left[\left(J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) \right)' \right]' + \frac{\left(J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) \right)'}{x} \right. \\ &\quad \left. - \frac{p^2 J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right)}{x^2} + \lambda_n^2 J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) \right\} T_n(t) + \sum_{n=0}^{\infty} f_n(t) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right). \end{aligned}$$

тому

$$\sum_{n=0}^{\infty} [T_n(t) + \lambda_n^2 T_n(t) - f_n(t)] J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) \equiv 0.$$

Звідки

$$T_n(t) + \lambda_n^2 T_n(t) - f_n(t) = 0, \quad \lambda_n = \frac{\mu_n}{x_0}, \quad n \in N$$

з початковою умовою $T_n(0) = 0$.

Неоднорідне диференціальне рівняння першого порядку розв'яжемо методом варіації сталої.

Оскільки $T_n(t) + \lambda_n^2 T_n(t) = 0$ має перший інтеграл $T_n(t) = C e^{-\lambda_n^2 t}$ (розв'язок однорідного рівняння),

то $T_n(t) = C(t) e^{-\lambda_n^2 t}$ тому $C'(t) = f_n(t) e^{\lambda_n^2 t}$, $C(t) = \int_0^t e^{\lambda_n^2 \beta} f_n(\beta) d\beta + C_1$.

$$T_n(t) = \int_0^t e^{\lambda_n^2 \beta} f_n(\beta) d\beta e^{-\lambda_n^2 t} + C_1 e^{-\lambda_n^2 t}$$

при $t = 0$, $C_1 = 0$

$$T_n(t) = \int_0^t e^{-\lambda_n^2(t-\beta)} f_n(\beta) d\beta$$

тому

$$w(t, x) = \sum_{n=0}^{\infty} \int_0^t e^{-\lambda_n^2(t-\beta)} f_n(\beta) d\beta J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right).$$

Враховуючи, що

$$f_n(t) = \int_0^{x_0} \xi f_n(\xi, t) J_p\left(\frac{\mu_n \xi}{x_0}\right) d\xi \left(\int_0^{x_0} x J_p^2\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) dx \right)^{-1}.$$

Маємо

$$w(t, x) = \sum_{n=0}^{\infty} \int_0^t e^{-\lambda_n^2(t-\beta)} \int_0^{x_0} \xi f(\xi, t) J_p\left(\frac{\mu_n \xi}{x_0}\right) d\beta d\xi J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right)$$

$$\left(\int_0^{x_0} y J_p^2\left(\frac{\mu_n y}{x_0}\right) dy\right)^{-1} = \int_0^{x_0} \int_0^t \sum_{n=0}^{\infty} \left(y J_p^2\left(\frac{\mu_n y}{x_0}\right) dy\right)^{-2} e^{-\lambda_n^2(t-\beta)} \xi J_p\left(\frac{\mu_n \xi}{x_0}\right) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) f(\xi, t) d\xi d\beta,$$

тобто

$$G(t - \beta, x, \xi) = \sum_{n=0}^{\infty} \xi J_p\left(\frac{\mu_n \xi}{x_0}\right) J_p\left(\frac{\mu_n x}{x_0}\right) e^{\frac{\mu_n^2}{x_0^2}(t-\beta)} \left(\frac{1}{2}\left(x_0^2 - \frac{p^2}{\mu_k^2}\right) (J_p(\mu_k))^2\right)^{-1},$$

$$w(t, x) = \int_0^t G(t - \tau, x, \xi) f(\tau, \xi) d\xi.$$

Тоді проблема зводиться до дослідження і розв'язання крайової задачі

$$\frac{\partial w(t, x)}{\partial t} = \frac{\partial^2 w(t, x)}{\partial x^2} + x^{-1} \frac{\partial w(t, x)}{\partial x} - \frac{p^2 w(t, x)}{x^2}, \quad x \in [L, H],$$

$$w'_x(t, L) = 0, \quad w'_x(t, H) = 0, \quad t \in [0, T],$$

$$w'_x(T, x) = \max\left(\pm(x(T) - K), 0\right) \mathbb{I}_{(L < x(t) < H; t \in [0, T])}.$$

Ця задача зводиться до розв'язання крайової задачі для сингулярного параболічного рівняння

$$\frac{\partial w}{\partial t} = \frac{\partial^2 w}{\partial y^2} + y^{-1} \frac{\partial w}{\partial y} - \frac{p^2 w(t, x)}{y^2},$$

$$y = \ln x, \quad y \in [A, B], \quad t \in [0, T], \quad A = \ln L, \quad B = \ln H,$$

$$w'_x(t, A) = 0, \quad w'_x(t, B) = 0,$$

$$w'_x(0, y) = \psi(e^{y(T)}) = \max\left(\pm(x(T) - K), 0\right) \mathbb{I}_{(L < x(t) < H; t \in [0, T])}.$$

Враховуючи всі міркування щодо встановлення розв'язку класичних крайових задач для сингулярного параболічного оператора L , маємо

$$w(T, x) = \int_0^{\ln \frac{H}{L}} (e^\xi L - K) \mathbb{I}_{(L < x(t) < H; t \in [0, T])} G(x, \xi) d\xi = \int_0^{\ln \frac{H}{L}} (e^\xi L - K) \mathbb{I}_{(L < x(t) < H; t \in [0, T])}$$

де $\mathbb{I}_{(L < x(t) < H; t \in [0, T])}$ ступінчаста функція Хевісайда.

Оскільки корені Бесселевих функцій першого роду прості, то між двома сусідніми коренями Бесселевих функцій міститься корінь похідної. Тоді можна вважати, що корені похідної розподіляються аналогічно до коренів функцій. Тому для функції Гріна та її першої та другої похідної оцінка має наступний вигляд

$$C \sum_{n=0}^{\infty} (-1)^n \frac{\ln^{2n+1} x}{(2n+1)!} < +\infty, \quad x \in [L, H], \quad C > 0,$$

при наближених обчисленнях через швидку збіжність не потрібно значної кількості коефіцієнтів ряду.

Таким чином побудована функція Гріна для дифузійного процесу Бесселя для фінансових потоків банку, яка розкладена за системою функцій Бесселя першого роду. Бар'єри підібрані як точки, в яких похідна фінансового потоку за ціною рівна нулю, тобто в точках, де потік може приймати екстремальні значення. За допомогою функції Гріна безпосередньо обчислюється величина фінансового портфеля банку.

З позиції комп'ютеризації аналітичної роботи та створення відповідного програмного та інформаційного забезпечення елемент фінансового потоку є одиничним записом в базі даних, що складається з полів, які містять всю необхідну інформацію. В рамках даного дослідження під поняттям елемента фінансового потоку будуть ототожнюватися обидва цих поняття – економічний показник і елемент інформації.

Якась комбінація потоків або їх підмножина також є потоком. Таким чином, модель фінансових потоків дозволяє представити в стандартному вигляді практично будь-які фінансові інструменти, які використовуються в банку, застосовувати одне і те ж математичне забезпечення для аналізу на всіх рівнях деталізації від окремих договорів до діяльності банку в цілому.

Модель діяльності банку як сукупність фінансових потоків; перевіримо, чи виконуються вимоги, які ставляться до прогностичної моделі, викладені вище.

1) вимога повноти, адаптивності і еволюції. Як було вже сказано, за допомогою моделі потоків можна вичерпно описати фінансову діяльність банку. Додавання або зміна даних на якомусь рівні деталізації не вимагає внесення змін в алгоритми обліку та обробки. У міру вдосконалення системи збору та подання інформації можливе послідовне досягнення необхідної точності моделі;

2) ступінь абстрактності. Модель фінансових потоків пропонує універсальний спосіб опису якогось руху грошових коштів. Яку-небудь підмножину фінансової діяльності банку можна представити у вигляді однорідної сукупності елементів фінансових потоків. У той же час уніфікація є природним наслідком того припущення, яке взято за основу в моделі, що який-небудь різновид фінансової діяльності зводиться до переміщення грошових коштів;

3) обмеження за часом виконання завдання. Складність даної моделі визначається не стільки складністю алгоритмів обробки, скільки великою кількістю оброблюваних даних – елементів фінансових потоків. Відповідно, критичною до часу є підсистема збору інформації. Радикально проблему можна вирішити, якщо експлуатація цієї моделі буде здійснюватися в складі комплексної автоматизованої банківської системи, в якій ведеться не тільки облік де-факто бухгалтерських проводок, а й фіксуються всі договори, які генерують фінансові потоки і їх зміни;

4) можливість реалізації на існуючих технічних засобах. Реалізація моделі цілком можлива на сучасних персональних комп'ютерах, а широке застосування в банківській справі мережних технологій дає можливість суттєво скоротити збір інформації для обробки її аналітиком і представлення результатів особам, які приймають рішення;

5) вимоги до термінології. В описі моделі фінансових потоків використовуються такі поняття, як «платіж», «надходження», й інша загальноприйнята термінологія. Елементи фінансових потоків виражаються в грошових одиницях. Таким чином, опис моделі і результати, отримані при її використанні, зрозумілі широкому колу фахівців та особам, які приймають рішення. Виняток становлять деякі показники фінансових потоків, описані нижче, але їх значення пояснюється досить детально, а термінологія залишається загальнопринятною: грошові суми, процентні ставки, тривалість у часі;

6) можливість перевірки відповідності моделі оригіналу. Оскільки передбачається моделювання фінансової діяльності існуючого об'єкта – банку, то для перевірки істинності моделі потрібно лише дочекатися кінця прогнозованого періоду і порівняти прогнозні значення з даними бухгалтерського обліку.

Таким чином, можна стверджувати, що уявлення фінансової діяльності банку у вигляді сукупності фінансових потоків відповідає формальним вимогам, які пред'являються до прогностичної моделі. Ще раз повернемося до аргументування типу моделі. Вище були вказані причини, за якими традиційне моделювання, тобто формулювання законів і гіпотез, які визначають функціонування системи, може виявитися непридатною [5]. Під час моделювання фінансової діяльності банку необхідно враховувати величезну кількість параметрів – можливих станів елементів фінансових потоків. Крім того, український фінансовий ринок – середовище, в якому функціонує банк, – відрізняється високою залежністю від різних чинників, непередбачуваністю. Оскільки не є можливим побудувати достовірні гіпотези про закони поведінки зовнішнього середовища, доводиться вважати зміни макроекономічних факторів стохастичними. В таких умовах виходом є використання імітаційного моделювання.

В рамках досягнення основної мети – оцінки фінансового стану банку в цілому – перед аналітиком ставиться ряд інших завдань, які мають безпосереднє відношення до управління банком. До них можна віднести наступні завдання:

1. Аналіз основних показників роботи банку в динаміці, з метою виявлення тенденцій розвитку і прийняття необхідних заходів у разі відхилення від стратегічного напрямку.

2. Аналіз окремих видів активів і виявлення найбільш прибуткових з них з метою оптимізації структури активів. Недостатньо при цьому як показник брати номінальну процентну ставку, що фігурує в договорі. При розрахунку реальної прибутковості потрібно враховувати такі фактори, як ризикованість вкладень і графіки надходження відсотків.

3. Аналіз окремих видів пасивів і виявлення найдешевших з урахуванням норм резервування, терміновості, коливання залишків.

4. Формулювання вимог до ресурсів, які залучаються, виходячи зі структури активів. У вимогах повинні бути відображені розмір, ціна, терміновість.

5. Розрахунок рентабельності окремих видів активних операцій з урахуванням відповідних їм витрат. Витрати повинні враховуватися як прямі у вигляді плати за ресурси, які залучаються, так і непрямі витрати на заробітну плату, і накладні витрати. Один з різновидів цього завдання може бути сформульований як якісне порівняння різних видів діяльності: отримання доходів від операцій, пов'язаних з продажем ресурсів (наприклад, кредитування або інвестиції в цінні папери) і операцій, не пов'язаних з продажем ресурсів (наприклад, інкасаційні послуги або послуги з надання зберігання цінностей клієнтів у сховищі банку).

На ці питання вичерпно можна відповісти, якщо врахувати всі рухи грошових коштів (фінансових потоків) [6]. Природно припустити, що в розпорядженні аналітика є повна інформація про всі рухи грошових коштів, які мали місце в момент аналізу. Інакше кажучи, елементи фінансових потоків, що відносяться до моментів часу, є цілком визначеними. Про рух грошових коштів в майбутньому можна говорити з певною частиною невизначеності. Ступінь невизначеності залежить від виду потоку.

По-перше, існують елементи, ймовірність появи яких в певний момент часу в майбутньому близька до одиниці. В умовах нормального функціонування це, перш за все, елементи вихідних потоків, пов'язаних із зобов'язаннями банку. Такими потоками є, наприклад, повернення коштів, залучених на строковій основі і виплата відсотків за ними. Джерелом невизначеності тут служить поведінка вкладника, який може розірвати депозитний договір достроково або, навпаки, не з'явитися в строк. Також до сильно детермінованих потоків можна віднести виплату заробітної плати і пов'язаних з нею нарахувань. До цієї ж категорії відносяться податкові виплати, якщо база оподаткування вже сформована, орендна плата, амортизаційні відрахування і т.д. З вхідних потоків можна виділити потоки, пов'язані з поверненням коштів, розміщених в високонадійні активи. Наприклад, повернення коштів, вкладених в високоліквідні облігації, або погашення кредиту, виданого позичальникові. Всі вище перераховані елементи фінансових потоків характеризуються тим, що їх невизначеністю можна нехтувати і це припущення зробить істотний вплив на точність прогнозу.

До другої категорії невизначеності можна віднести елементи фінансових потоків, передбачувані параметри яких відомі, але ймовірність реалізації цих елементів істотно нижче одиниці або параметрів елементів фінансових потоків, такі, як сума і час, при реалізації можуть відрізнитися від розрахункових значень. Сюди, в першу чергу, відносяться вхідні потоки, пов'язані з вкладеннями в ризиковані активи. Невизначеними за сумою слід вважати податкові виплати, якщо база оподаткування ще не сформована. Невизначеними по знаку і величині є розрахунки з фондом обов'язкових резервів в Національному Банку, коли сума перерахувань або повернення залежить від розміру і терміновості залучених коштів протягом місяця. Елементом цієї категорії можна надати значення, виходячи з експертних оцінок або обчислень, зроблених на основі припущень щодо інших елементів [7].

Нарешті, третю категорію невизначеності становлять елементи фінансових потоків, які носять стохастичний характер. Це, в першу чергу, розрахункові операції клієнтів банку. До цієї ж категорії відносяться спекулятивні операції на фондових ринках і фінансові потоки, пов'язані з рухом коштів за договорами, які ще не укладені. Специфіка цієї категорії в тому, що параметри і сама наявність таких елементів фінансових потоків визначаються не стільки внутрішніми умовами, скільки зовнішніми, такими як ситуація на фінансових ринках, прогнозовані темпи інфляції і так далі. Банк може надавати певний вплив на такі фінансові потоки, як кредитні та депозитні договори, але в загальному випадку облік цих рухів грошових коштів носить статистичний характер [8].

Висновки. З урахуванням викладеного аналіз фінансового стану банку з економіко-математичної моделі розбивається на два етапи: визначення всіх елементів фінансових потоків (ЕФП), які мають відношення до розв'язання завдання, і безпосередньо аналіз. На першому етапі відбувається формування первинних показників, які характеризують об'єкт моделювання – фінансову діяльність банку. Показники формуються з урахуванням факторів, які впливають на стан банку. Етапність з успіхом використовувалася в процесі дослідження. Можна бачити, що етап підготовки інформації залежить від співвідношення аналізованого періоду і моменту аналізу, а на етапі аналізу принципових відмінностей вже немає. Це дозволяє застосовувати єдиний методологічний підхід до завдань ретроспективного та прогнозного аналізу.

Під час прогнозу фінансового стану елементів потоків необхідно надати конкретні значення. Для задач оперативної підтримки прийняття управлінських рішень досить розрахувати кілька альтернативних варіантів, вхідні параметри для яких визначаються експертом або особою, що приймає рішення. В рамках цього дослідження розглядається другий варіант, який відрізняється від першого лише на етапі формування ЕФП.

Після того, як елементи фінансових потоків тим чи іншим чином певні, найпростішим і найбільш очевидним є розрахунок наростаючого підсумку за аналізований період. Наприклад, якщо виділити потоки, які формують фінансовий результат, впорядкувати за датами та сумувати, вийде не що інше, як обороти балансних рахунків «Доходи банку» і «Витрати банку». Обчисливши підсумкову суму за весь період, отримаємо фінансовий результат – прибуток або збиток, залежно від знаку.

Література

1. Berger A., Moulyneux P., Wilson J. (2015). The Oxford Handbook of Banking. Oxford University Press.
2. Буртняк І.В. Моделювання фінансової стратегії поведінки компаній / І.В. Буртняк // Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Випуск № 37 (330). – С. 15–21.
3. Burtnyak I.V., Malyska A. Evaluating the financial flows of Bessel processes by using spectral analysis. Business Inform, 2017, 7, pp. 120–124.
4. Буртняк І. В. Про фундаментальний розв'язок задачі Коші для систем Колмогорова другого порядку / І.В. Буртняк, Г.П. Малицька // Укр. мат. журн. – 2018. – № 8. – С. 1107–1117.
5. Благун І.І. Розробка механізму формування стратегій управління банківською системою України / І.І. Благун, Л.І. Дмитришин // Бізнес Інформ. – Харків, 2014. – № 11. – С. 238–245.
6. Дмитришин Л.І. Моделювання оцінки економічного капіталу банку як інтегральної міри величини прийнятих операційних ризиків / Л.І. Дмитришин, О.С. Кушнір // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки. – 2017. – № 1. – С. 39–43.
7. Дмитришин Л.І. Формування стратегій управління банківською системою України / Л.І. Дмитришин, І.І. Благун. – Івано-Франківськ : Супрун В.П., 2016. – 212 с.
8. Кушнір О.С. Реалізація математичної моделі визначення рівня операційного ризику кредитної установи / О.С. Кушнір // Бізнес Інформ. – Харків, 2016. – № 10 (465). – С. 135–143.

References

1. Berger A., Moulyneux P., Wilson J. (2015). The Oxford Handbook of Banking. Oxford University Press.
2. Burtnyak I.V. Modeliuvannia finansovoi stratehii povedinky kompanii / I. V. Burtnyak // Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. – 2014. – Vypusk № 37 (330). – S. 15–21.
3. Burtnyak I.V., Malytska A. Evaluating the financial flows of Bessel processes by using spectral analysis. Business Inform, 2017, 7, pp. 120–124.
4. Burtnyak I. V. Pro fundamentalnyi rozviazok zadachi Koshi dlia system Kolmogorova drugoho poriadku / I. V. Burtnyak, H.P. Malytska // Ukr. mat. zhurn. – 2018. – № 8. – S. 1107–1117.
5. Blagun I.I. Rozrobka mekhanizmu formuvannia stratehii upravlinnia bankivskoiu systemoiu Ukrainy / I.I. Blagun, L.I. Dmytryshyn // Biznes Inform. – Kharkiv, 2014. – № 11. – S. 238–245.
6. Dmytryshyn L.I. Modeliuvannia otsinky ekonomichnoho kapitalu banku yak intehralnoi miry velychyny pryiniatykh operatsiinykh ryzykiv / L.I. Dmytryshyn, O.S. Kushnir // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2017. – № 1. – S. 39–43.
7. Dmytryshyn L.I. Formuvannia stratehii upravlinnia bankivskoiu systemoiu Ukrainy / L.I. Dmytryshyn, I.I. Blagun. – Ivano-Frankivsk : Suprun V.P., 2016. – 212 s.
8. Kushnir O.S. Realizatsiia matematychnoi modeli vyznachennia ravniv operatsiinoho ryzyku kredytnoi ustanovy / O.S. Kushnir // Biznes Inform. – Kharkiv, 2016. – № 10 (465). – S. 135–143.

Надійшла / Paper received: 29.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

РОЗВИТОК КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЗАСТОСУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У цій статті розглянуто можливості застосування крауд-технологій в діяльності підприємств. Проаналізовано природу утворення явища краудсорсинг. Розглянуто відмінності аутсорсингу та краудсорсингу. Також в статті розглянуто напрямки застосування крауд-технологій в діяльності підприємства. Авторам проаналізовано результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати компанія від застосування методів крауд-технологій. Також у даній статті на основі проведеного аналізу визначено переваги від використання нового способу ведення бізнесу, що дають поштовх для розвитку не тільки конкретного підприємства, а й регіону та країни у цілому.

Ключові слова: краудсорсинг, крауд-технології, крауд-маркетинг, управління співтовариствами.

BUSHOVSKA L.
Khmelnitskyi National University

DEVELOPMENT OF CROWD TECHNOLOGY AND IN THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

The possibilities of crowd-technology application in marketing activities of enterprises were considered in the article. It was analysed the nature of formation crowdsourcing phenomenon. Distinctions outsourcing and crowdsourcing were considered, the main of which is the employment process crowdsourcing wide range of people, unbounded by one organization, on the basis of a public offer. In the article it was also discussed the direction of application of crowd-technologies in marketing of enterprises. The authors analyse the process of applying crowd-technology in the marketing of the company. Proposed double direction of application – there were crowdsourcing as a strategy "Crowd is a partner" and crowdmarketing - strategy "Crowd is a consumer". Strategy of crowdmarketing was developed, that implied managing customer communities, customer communications management model in the network and marketing techniques on the Internet. The main result of the crowdmarketing strategy is to get the client as a partner, whose interaction with other users was strengthening managements influence. In modern conditions, the development of Internet technologies takes new and unpredictable forms. One of the phenomena of modernity to solve non-standard and risky problems in the activities of enterprises has been the use of crowdfunding. They are reflected in many business management processes. The origin of the terms crowd technologies, in particular crowdsourcing, crowdfunding, crowdmarketing, crowdwork, crowd recruiting, translates from the English word "crowd", which means "crowd". These technologies to attract creative, intellectual, financial, labour resources are mass, which allows to reach a significant number of people without territorial, economic, social, corporate and other restrictions.

Keywords: crowdsourcing, crowd-technology, crowdmarketing, communities management.

Постановка проблеми. В умовах досить нестабільної ситуації, яка складається в секторі економіки, підприємства змушені шукати альтернативні джерела фінансування, інвестування та залучення ресурсів для своєї діяльності. З появою та становленням Інтернет-технологій нового значення набувають так звані крауд-технології, в основі яких лежить термін «крауд» (crowd), що в перекладі з англійської мови означає «натовп». Крауд-технології представлені технологією взаємодії підприємства з широким колом осіб за посередництвом Інтернет-технологій для активізації використання ресурсів широкого загалу, з метою вирішення нагальних завдань суб'єктів господарювання.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та перехід до інформаційного суспільства сприяли формуванню нових методів та принципів управління підприємствами. З одного боку, значного розвитку набуває інформаційна інфраструктура, зокрема мережа Інтернет, сервіси та послуги в Інтернеті, програмне забезпечення, що дозволяє «оцифрувати» будь-які процеси на підприємстві, створювати більш гнучку взаємодію всередині організації. Все це формує інформаційну базу для підвищення ефективності функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій. Розвитку краудсорсингу та краудфандингу присвячені праці таких зарубіжних авторів, як Д. Бредхема, Дж. Янга, Р. Брюса, Е. Хекмана тощо. Досліджують питання впливу інформаційних технологій на механізми організації економічних відносин та ефективність мережеских організацій такі вітчизняні вчені, як С.А. Бульба, Т.В. Дзякун, А.А.Гриценко, С. Говорун, Г.В. Жаворонкова, А.Є. Литвин, Л.П. Марчук, В. Плєскач, Д. Русак та ін. Дані дослідження розглядають можливості інформаційних технологій як джерело забезпечення інформаційними ресурсами та засіб комунікації з аудиторією, реалізуючи традиційну систему управління. Але в даних працях недостатньо висвітлено можливості трансформації традиційного маркетингу у принципово нову ефективну систему управління на основі можливостей новітніх інформаційних технологій. І слід відмітити, що проблематика не знайшла свого остаточного вирішення, що й зумовлює актуальність теми дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз можливостей застосування крауд-технологій у діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвиток Інтернет-технологій набуває нових і непередбачуваних форм. Одним із феноменів сучасності для вирішення нестандартних і

ризикованих завдань в діяльності підприємств стало застосування крауд-технологій. Вони знайшли відображення у багатьох процесах управління підприємством. Походження термінів крауд-технологій, зокрема краудсорсинг, краудфандинг, крауд-маркетинг, краудворкинг, краудрекрутинг, глумачать з англійського слова «crowd», що означає «натоп». Зазначені технології залучення креативних, інтелектуальних, фінансових, трудових ресурсів є масовими, що дозволяє охопити значну кількість людей без територіальних, економічних, соціальних, корпоративних та інших обмежень. Це дає підстави стверджувати, що крауд-технології активно розвиваються в якості моделей для вирішення різноманітних проблем і завдань, що виникають як перед бізнесом, так і перед державою та суспільством в цілому.

З розвитком технологій у суспільстві виникає проблема наявності сучасних прогресивних інструментів для ефективної діяльності підприємства та управління усіма його процесами. В ході роботи промислових підприємств таким інструментом стає саме краудсорсинг, що допомагає в успішному вирішенні проблем різної складності, що постають перед ними. У краудсорсингу для того, щоб досягнути мети, необхідно залучати якомога більше однодумців, здатних мислити креативно і, як наслідок, реалізовувати свої ідеї. Перш ніж вибрати ту саму ідею серед безлічі сформульованих, необхідно ретельно їх відфільтрувати – це один з головних етапів краудсорсингу. Це рішення повинно прийматися методом селекції людей (експертами). Залучені до проекту учасники повинні в ході роботи проявити себе експертами і зіставити всі запропоновані ідеї. Нині краудсорсинг знаходиться на шляху становлення та активного розвитку свого змісту. Переваги від використання нового способу ведення бізнесу дають поштовх для розвитку не тільки конкретного підприємства, а й регіону та країни у цілому: недорогий інструмент розвитку або оптимізації функціонування; простота впровадження (за допомогою сайту або соціальних мереж); можливість створення глобального продукту; доступ до результатів праці необмеженої аудиторії; покращення впізнаваності компанії, торговельної марки, продукту; використання талановитих кадрів; використання нестандартних джерел інноваційних ідей; залучення авторитетних експертів; використання ідей та інформації необмеженого кола осіб; передача завдань співробітників більшому колу осіб.

Краудсорсинг являє собою залучення потенціалу широкого загалу для вирішення завдань компанії, тобто пошук ресурсів серед великої кількості залучених до процесу суб'єктів. Краудсорсинг як явище виник саме завдяки розвитку Інтернет-мережі та розвитку її інфраструктури, проте його реалізація можлива і в традиційній системі управління діяльністю компанії [3]. Розглянемо відмінності краудсорсинга від аутсорсинга (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика між аутсорсингом та краудсорсингом [3]

Критерії	Аутсорсинг	Краудсорсинг
Кількість виконавців	Постановка задачі окремому вибраному постачальнику	Постановка задачі невизначеній групі осіб
Суб'єкт визначення вартості	Вартість визначає підрядник, замовник може коригувати ціну в процесі торгів	Вартість визначає замовник
Суб'єкт визначення термінів виконання	Терміни виконання визначає підрядник	Терміни виконання визначає замовник
Географічна обмеженість	Завдання обмежене місцем перебування підрядника	Завдання необмежене географічно, виконавці можуть знаходитись в будь-якій місцевості
Отриманий результат	Замовник отримує один готовий до застосування результат праці підрядника	Замовник отримує сотні, тисячі варіантів рішень завдання, повинен вибрати кращий та доопрацювати
Інтелектуальні ресурси для вирішення завдань	Вирішення завдання, обмежене компетенціями працівників компанії-підрядника	Можливість долучити до вирішення завдань необмежену кількість працівників з різними компетенціями

Даний інструмент надає змогу значно спростити діяльність як малих організацій, так і великих підприємств, що займаються різними видами діяльності. Найбільше потребують впровадження краудсорсингу в свою діяльність ті підприємства, що займаються безпосередньо виготовленням товарів та послуг, орієнтованих на споживача. Розглянемо, який результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати компанія від застосування методів крауд-технологій. Щодо видів діяльності підприємства, де можливе застосування крауд-технологій, то можна виділити наступні: виробнича, маркетингова, інноваційна, фінансова, кадрова тощо. Кожному із цих видів відповідає певний напрям крауд-технологій (табл. 2) [5].

За прогнозами Світового банку, до 2025 року річні вкладення в краудфандинг зростуть до 93 млрд дол. Лише третина всіх краудфандингових проектів є соціальними та розважальними, решта мають комерційну спрямованість [4]. Можна з упевненістю говорити щодо перспективності розвитку краудінвестингових та краудфандингових технологій в Україні, які можуть позитивно вплинути на розвиток як нових сегментів економіки, так і фінансової системи країни.

Використання краудсорсингу зближує як реальних, так і потенційних покупців з підприємством. Підприємство в такому випадку показує значимість кожного споживача та зацікавленість не лише у купівельній спроможності, проте й у їх реальних бажаннях та потребах. В такому випадку споживач

відчуває себе значимим та збільшує соціальний статус підприємства. Зважаючи на сучасну концепцію розвитку суспільства, досить важливим є соціальний статус підприємства, який може як сприяти зростанню обсягів реалізації та діловій активності підприємства, так і спричинити фінансові втрати.

Таблиця 2

Застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства

Вид діяльності підприємства	Методи краудсорсингу	Результат застосування
Виробнича	Краудворкинг – залучення трудових ресурсів ззовні для прискорення процесів виробництва. Цей метод передбачає виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через Інтернет-платформи	Скорочення часу і витрат на процес виробництва
Маркетингова	Краудсорсинг – використання ресурсів спільнот для вирішення маркетингових завдань, наприклад, розробка дизайну упаковки, логотипу, концепції рекламної компанії та ін.	Поява значної кількості ідей для вирішення маркетингових завдань підприємства: інформації, матеріалів для стратегії просування та ін.
	Краудмаркетинг – це управління значною кількістю споживачів, об'єднаних у спільноту, з метою реалізації комерційних інтересів підприємства	Збільшення кількості споживачів, яким відомий бренд, розширення цільової аудиторії підприємства
Інноваційна	Краудсорсинг (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів та ін.	Поява багатьох ідей інновацій: продуктових, технологічних, технічних та ін.
Фінансова (інвестиційна)	Краудфандинг – залучення фінансових ресурсів у значній кількості користувачів мережі Інтернет для реалізації нових продуктів, ідей, проєктів і програм	Отримання фінансових ресурсів для реалізації нових проєктів
Кадрова	Краудрекрутинг – відбір кваліфікованих працівників для проєкту з метою їх працевлаштування підприємством на постійній основі	Залучення трудових ресурсів, потенціал яких підприємство зможе оцінити під час реалізації проєкту

Принципово новим підходом до використання крауд-технологій є стратегія «крауд як споживач». В даному випадку «крауд», або широке коло осіб, об'єднане в співтовариство розглядається як об'єкт маркетингового управління, а саме як споживач. Цей підхід відрізняється від поняття «масового маркетингу» тим, що маркетингові зусилля не просто направлені на широкий загал, а саме на масу споживачів, які при цьому взаємодіють між собою, утворюючи всередині об'єднань та співтовариств, в яких вони співіснують, якісно новий інформаційний простір, що має вплив на їх поведінку.

Вітчизняним підприємствам доцільно активно використовувати можливість краудсорсингу для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості. З цією метою необхідним є активний зв'язок із потенційними та реальними споживачами через власні сайти та через сторінки у соціальних мережах. Досить перспективним для вітчизняних підприємств може стати активне залучення студентів в діяльність підприємства, зокрема як інтелектуального активу. Особливої актуальності краудсорсинг набув на тлі зростання активності волонтерського руху та різноманітних акцій зі збору гуманітарної допомоги в Україні в зв'язку зі збройним конфліктом на сході країни. Саме Інтернет та соціальні мережі стали основним інструментом пошуку ресурсів та допомоги армії, біженцям, постраждалим у бойових діях.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що використання крауд-технологій є джерелом розвитку великої кількості підприємств і не менш значної чисельності талановитих людей, які поєднуються мережею Інтернет і вступають в добровільну, часто навіть неусвідомлену співпрацю, що в кінцевому результаті дає можливість переважній більшості населення користуватися новим, оригінальним продуктом, при цьому завдяки усуненню бюрократичних бар'єрів управління, активізації їх творчого, організаторського, професійного, інтелектуального та трудового потенціалу, та взяття на себе відповідальності за подальший розвиток економіки суб'єкта господарювання і держави в цілому. Вітчизняні підприємства можуть використовувати крауд-технології у різних напрямках своєї діяльності, отримуючи переваги застосування ресурсів від значної кількості учасників для вирішення своїх специфічних завдань. Перспективи подальших досліджень у даному напрямку пов'язані з оцінюванням ефективності застосування краудтехнологій в діяльності підприємства.

Література

1. Аккерман К. Краудфандінг як фінансовий інструмент [Електронний ресурс] / К. Аккерман // Україна фінансова : інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. – Режим доступу : http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm
2. Голубовская Т.В. Крупную рыбу одному не вытаскать или крауд-технологии в действии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish> (дата звернення: 04.06.2020)
3. Зозульов О.В. Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств / О.В. Зозульов, К.А. Полторака // Економічний Вісник НТУУ «КПІ». – 2014. – № 11. – С. 422–429.
4. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов [Электронный ресурс] // Companion UA : веб-сайт. – Режим доступа : <https://companion.ua/208489/>
5. Стахурська О. Аутсорсинг в Україні й у світі: особливості, тенденції та перспективи / О. Стахурська // Юрист і закон : електронне видання. – 2017. – № 38. – 15 с.
6. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

References

1. Ackerman K. Crowdfunding as a financial instrument. Financial Ukraine: Information and analytical portal of the Ukrainian Financial Development Agency. URL: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm
2. Golubovskaya T.V. Large fish alone can not pull or crowd technology in action. URL: <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish> (access date: 04.06.2020)
3. Zozulov O.V. Application of crowd-technology in marketing activities of enterprises / O.V. Zozulov, K.A. Poltorak // Economic Bulletin of NTUU "KPI". – 2014. – Vol. 11. – P. 422–429.
4. Crowdrecruiting – a new technology for mass talent search. Companion UA. URL: <https://companion.ua/208489/>.
5. Stahurska O. Outsourcing in Ukraine and in the world: features, trends and prospects / O. Stahurska // Lawyer and Law: electronic edition. – 2017. – Vol. 38. – 15 p.
6. Howe J. Crowdsourcing: The Collective Mind as a Business Development Tool. M.: Alpina Publisher, 2012. 288 p.

Надійшла / Paper received: 15.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ: СТАНОВЛЕННЯ В РЕАЛІЯХ COVID-19

У статті досліджується впровадження звіту про управління та зміст, строки та умови його оприлюднення в умовах пандемії, спричиненої вірусом COVID-19. Визначено інформацію, рекомендовану до подання у звіті про управління з огляду на умови функціонування підприємств в умовах карантину. Визначено можливий вплив представленої у звіті інформації на конкурентоспроможність підприємства на ринках праці, товарів, робіт, послуг та інвестиційному та кредитному ринках. Визначено проблемні питання для подальшого дослідження запровадження оприлюднення звіту про управління.

Ключові слова: звіт про управління, нефінансова звітність.

VALKOVA N.

Khmelnitskyi National University

MANAGEMENT REPORT: BECOMING IN REALITY COVID-19

The article examines the formation and development of non-financial reporting in relation to the concept of The article considers the prerequisites for implementation and conditions for the formation of a report on management in enterprises of Ukraine. The pandemic caused by the COVID-19 virus today has not only social but also economic consequences that have affected everyone without exception in one way or another. Therefore, the reflection in the management report of these effects is relevant to the study. In order to European integration of the national economy and attract foreign investment, the implementation of international financial reporting standards is actively continued in order to keep records of enterprises, the formation and publication of financial and non-financial reporting. Large domestic and foreign-invested companies have been publishing non-financial statements to ensure their image and related financial benefits since 2005. Since 2018, a year after the mandatory introduction of non-financial reporting by enterprises of EU member states, Ukraine has also introduced the obligation to compile a management report. The need to publish a report on the management of medium and large enterprises is accompanied by a number of problems, but this process is the introduction of a culture of socially responsible business and non-financial reporting. According to the structure of the management report, the recommended content of information is given, which is appropriate for submission by sections of the report, and the markets in which the competitiveness of the enterprise may change under the influence of the above data are identified. In the process of forming a report on management, calculation and visualization of information about the state and prospects of the enterprise, disclosure of the main risks and uncertainties of its activities, you need to consider the effectiveness of information, ie whether the company will receive economic benefits from disclosure of such information, its formation, how the company plans to raise capital, or plans to expand or change activities.

Key words: management report, non-financial reporting.

Постановка проблеми. Ключовими факторами успішного розвитку як національної економіки в цілому, так і окремо взятих підприємств є: з одного боку – можливість залучення інвестицій, в тому числі іноземних, а з іншого – розширення ринків збуту, в тому числі завоювання європейського та світового ринку товарів та послуг. А це вимагає дотримання світових тенденцій забезпечення сталого розвитку та прозорості ведення бізнесу. З цією метою у 2017 році було внесено зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та покладено на великі, середні підприємства, а також підприємства, що становлять суспільний інтерес, недержавні пенсійні фонди та інститути спільного інвестування, обов'язок щодо подання та оприлюднення разом із фінансовою звітністю звіту про управління [1]. У зв'язку з тим, що відсутня регламентована форма та чіткі інструкції щодо подання звіту про управління, а обов'язковість його формування, подання та оприлюднення визначена Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», його підготовку було автоматично покладено на бухгалтерські служби підприємств, принаймні тих, які раніше не здійснювали формування та оприлюднення будь-яких нефінансових звітів. Перші обов'язкові в Україні звіти про управління разом із фінансовою звітністю були сформовані та оприлюднені за 2018 рік, проте за 2019 рік у зв'язку з пандемією COVID-19 було продовжено терміни оприлюднення до 31 грудня 2020 року, в тому числі через необхідність підтвердження фінансової звітності аудиторським висновком. Пандемія, спричинена вірусом COVID-19, на сьогоднішній день має не лише соціальні, а й економічні наслідки, які вплинули на всі без виключення підприємства тим чи іншим чином. Отже, відображення у звіті про управління цих наслідків є актуальним для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку та формування нефінансової звітності почали розглядатися вітчизняною науковою спільнотою близько десяти років тому, проте активного обговорення тема набула після прийняття Радою Європи Директиви ЄС щодо щорічної фінансової звітності консолідованої фінансової звітності та пов'язаних з ними звітів певних типів компаній (Директива 2013/34/ЄС) [2] та Директиви ЄС щодо розкриття нефінансової та диверсифікованої інформації (Директива 2014/95/ЄС) [3] у 2013-2014 роках, які досить швидко, в 2017 році, були імплементовані в українське законодавство. Безверхий К.В., В. П. Пантелєєв [4, 5], Озеран А.В. [6], Онищенко В.П. [7], Сокіл О.Г. [8] досліджували структуру консолідованого звіту про управління на основі вимог Директиви 2014/95/ЄС та здійснювали порівняльний аналіз звіту про управління з інтегрованою звітністю й іншими нефінансовими звітами. Процедуру підготовки інтегрованої звітності вітчизняними підприємствами запропоновано Мулик Т. О. [9]. Структуру вітчизняного звіту про управління аналізували Жиглей І.В. [10] та Новіченко Л.С. [11],

проблемні аспекти та перспективи розкриття у звіті про управління інформації про ризики та невизначеності розглядає Царук Н.Г. [12] та Шевчук В. Р. [13]. Проблеми та переваги імплементації Директиви ЄС щодо розкриття нефінансової інформації досліджують Озеран А.В. [6], Скоробогатова Н. Є. та Кухарук А.Д. [14] та інші [4–13].

Метою статті є дослідження впливу пандемії COVID-19 на зміст, формування та оприлюднення звіту про управління. Для досягнення поставленої мети було використано такі загальнонаукові методи дослідження, як аналіз і синтез, системний та комплексний підхід.

Виклад основного матеріалу. З метою євроінтеграції національної економіки та залучення іноземних інвестицій активно продовжується впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності з метою ведення обліку діяльності підприємств, формування та оприлюднення фінансової звітності, яка в свою чергу надає інформацію користувачам для прийняття управлінських рішень. Концептуальною основою фінансової звітності виданою Радою МСБО визначено мету фінансової звітності загального призначення – надавати фінансову інформацію про суб'єкта господарювання, що звітує, яка є корисною для нинішніх та потенційних інвесторів, позикодавців та інших кредиторів у прийнятті рішень про надання ресурсів цьому суб'єктові господарювання [15]. Отже, конкретно визначено мету формування фінансової, а з нею й нефінансової звітності – надання інформації про підприємство надавачам ресурсів: інвесторам та кредиторам. Запровадження обов'язкового подання звіту про управління є результатом імплементації Директив 2014/95/ЄС та 2013/34/ЄС, які в свою чергу були сформовані, як результат поширення концепції сталого розвитку, визначеної Глобальним договором ООН у 2000 році. Сутність концепції передбачає відповідальне ведення бізнесу у відповідь на поширення гуманістичних ідей у суспільстві. Історія виникнення нефінансових звітів сягає у 70-і роки ХХ ст., вже в ті часи ідеї гуманізму використовувалися підприємствами, як свого роду маркетингові інструменти формування вартості бізнесу за рахунок соціальних цінностей суспільства. Перші нефінансові звіти були сформовані для інвесторів, і їхньою метою було покращення іміджу підприємств [16]. З того часу, мало що змінилося стосовно мети формування нефінансових звітів, проте змінилася форма та змістове наповнення, під впливом змін пріоритетів розвитку суспільства. Запровадження формування звіту з управління, як вже зазначалося вище, було здійснено з метою покращення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств та розширення ринків збуту товарів, робіт (послуг) вітчизняного виробництва завдяки прийняттю правил прозорості, екологічної та соціальної відповідальності ведення бізнесу, оскільки в умовах перенасичення ринків товарами, важливого значення набуває ідейне підґрунтя функціонування компанії-виробника.

Нефінансову звітність для забезпечення іміджу та пов'язаних з ним фінансових вигод великі вітчизняні компанії та компанії з іноземним капіталом використовують з 2005 року. Перший в Україні звіт із корпоративної соціальної відповідальності був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ), у 2006 році крім компанії СКМ компанія ВАТ Україна та Міжнародна Маркетингова Група подали таблицю відповідності показникам GRI і весь опис, що вимагається при оформленні цієї таблиці, а у 2007 нефінансову звітність в тій чи іншій формі в Україні оприлюднили близько 20 компаній [17]. Відтоді з року в рік спостерігалось збільшення кількості підприємств, які позиціонували себе, як соціально-відповідальний бізнес. Проте, з 2014 у зв'язку з анексією Криму та початком військових дій на сході України, що спричинило економічну та соціальну кризу в країні, частина компаній перестали регулярно оприлюднювати нефінансову звітність, через необхідність економії та невизначеність економічного ефекту від інвестицій у соціальні проекти. З 2018 року, через рік після обов'язкового впровадження подання нефінансових звітів підприємствами, країн членів ЄС, Україною запроваджено обов'язковість формування звіту про управління.

Необхідність оприлюднення звіту з управління середніми та великими підприємствами, супроводжується рядом проблем, але попри це основним завданням, на нашу думку, цього процесу є запровадження культури соціально-відповідального бізнесу та нефінансової звітності. І чим раніше вітчизняні компанії розпочнуть формування такої звітності, тим більше шансів отримати від цієї нової практики економічний ефект. У зв'язку з пандемією COVID-19, строки оприлюднення другого обов'язкового звіту про управління (за 2019 рік) було перенесено до 31 грудня 2020 р. З одного боку, запроваджений КМУ карантин у березні–травні 2020 р. суттєво вплинув на економічний стан більшості підприємств, а з іншого унеможливив формування актуальної інформації у звіті про управління, через невизначеність та неможливість спрогнозувати наступний вплив пандемії на економіку не лише окремого підприємства, а й економіку країни та світу.

Відповідно до структури звіту про управління за Методичними рекомендаціями зі складання звіту про управління № 982 [18], у таблиці 1 наведено рекомендований зміст інформації, яка, на нашу думку, є доречною для подання у звіті про управління по напрямках та визначено ринки на яких конкурентоспроможність підприємства може змінитися під впливом наведеної інформації.

Як було зазначено вище нефінансова звітність спершу формувалася для покращення інвестиційної привабливості підприємства, проте, потрібно зазначити, що в залежності від призначення нефінансового звіту мова йшла й про підвищення привабливості підприємств на ринку праці, в якості роботодавця, також не можна проігнорувати значимість нефінансових показників у поєднанні з фінансовою звітністю та вплив цього комплексу на конкурентоспроможність підприємства на кредитному ринку. Екологічна діяльність та гнучкість підприємства у роботі з клієнтами забезпечує йому конкурентоспроможність на ринку товарів та послуг та на ринку виробничих ресурсів.

Таблиця 1

Рекомендований зміст інформації у звіті про управління під впливом пандемії COVID-19

Складові звіту про управління	Розкриття інформації у звіті про управління під впливом пандемії COVID-19	Можлива зміна конкурентоспроможності, в результаті реакції на представлену інформацію
Організаційна структура та опис діяльності підприємства	Інформація щодо зміни організації роботи підприємства з покупцями та постачальниками з урахуванням можливих карантинних обмежень	На ринку товарів та послуг, ринку виробничих ресурсів
Результати діяльності	Інформація щодо зміни асортименту продукції з урахуванням зміни потреб споживачів в умовах пандемії	На ринку товарів та послуг
Ліквідність та зобов'язання	Фактори, які можуть вплинути на зміну ліквідності підприємства: збільшення (зменшення) строків погашення дебіторської заборгованості через здійснення оплати засобами поштового зв'язку (безготівкового розрахунку); умовні зобов'язання з оплати праці, які можуть виникнути в результаті вимушеного простою через карантин	На інвестиційному ринку, кредитному ринку
Екологічні аспекти	Заходи з утилізації засобів індивідуального захисту, забезпечення екологічно безпечними засобами індивідуального захисту працівників в умовах пандемії	На інвестиційному ринку, ринку праці;
Соціальні аспекти та кадрова політика	Зміна чисельності працівників у зв'язку зі зміною обсягів діяльності через пандемію, оплата вимушеного простою через карантин, встановлення гнучких графіків і можливості дистанційної роботи для забезпечення безпеки праці і пересування в міському транспорті, організація підвищення кваліфікації працівників на час вимушеного простою через карантин	На ринку праці
Ризики	Аналіз можливих ризиків порушення графіків постачання та реалізації продукції (послуг), втрати постачальників та ринків збуту, через обмеження руху транспорту, ризиків ліквідності та кредитних ризиків через зниження платоспроможності клієнтів,	На інвестиційному ринку, кредитному ринку; на ринку товарів та послуг, виробничих ресурсів
Дослідження та інновації	Розробка нових видів продукції та освоєння нових каналів розподілу з урахуванням потреб та обмежень через пандемію	На ринку товарів та послуг, інвестиційному ринку
Фінансові інвестиції	Аналіз інвестиційних ризиків у зв'язку з можливими змінами діяльності чи платоспроможності об'єкта інвестування	На інвестиційному ринку
Перспективи розвитку	Перспективи подальшого розвитку з урахуванням можливих ризиків, викликів та невизначеностей в умовах пандемії	На інвестиційному ринку,
Корпоративне управління	Політики підприємства в напрямку реінвестиції прибутку з метою забезпечення можливих ризиків через пандемію.	кредитному ринку

Через карантин спричинений пандемією, підприємства стали перед різноманітними ризиками та викликами й необхідністю швидкого реагування та адаптації до нових умов діяльності. На березень 2020 р. основні показники фінансової та нефінансової звітності були пораховані та вимагали лише підтвердження аудиторськими процедурами та висновками. Проте, впровадження карантинних заходів, неможливість прогнозування поведінки та розвитку захворювання в подальшому призвели до втрати актуальності більшості прогнозних показників та перспективних планів діяльності підприємств. Таким чином, підприємства постали перед вибором своєчасного оприлюднення неактуальної інформації або переоцінки перспектив, ризиків та невизначеностей з урахуванням впливу пандемії та оприлюднення оновленого звіту у пізніші строки, які, з огляду на ситуацію що склалася, продовжено до 31 грудня 2020 року.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, коригування інформації з урахуванням змін у світовій та вітчизняній економіці, спричинених пандемією, свідчитиме про добросовісність, ретельність та відповідальність підприємства, яке здійснило таке коригування. Але, в процесі формування звіту про управління, розрахунку та візуалізації інформації про стан і перспективи розвитку підприємства, розкриття основних ризиків і невизначеностей його діяльності, потрібно враховувати ефективність інформації, тобто чи отримує підприємство у перспективі економічні вигоди від оприлюднення такої інформації, які будуть більшими за витрати на її формування, яким чином підприємство планує залучати капітал, чи планує розширювати чи змінювати діяльність.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32013L0034>
3. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>
4. Безверхий К. В. Консолідований звіт про управління. Новації управлінської практики звітування [Електронний ресурс] / К. В. Безверхий, В. П. Пантелеев // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. – 2018. – № 1–2. – С. 37–46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2018_1-2_6.
5. Безверхий К. В. Порівняння елементів структури інтегрованої звітності та звіту про управління [Електронний ресурс] / К. В. Безверхий // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. – 2019. – № 1–2. – С. 24–31. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2019_1-2_5.
6. Озеран А.В. Звіт керівництва: сутність, структура та місце у системі фінансової звітності суб'єкта господарювання / А.В. Озеран // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 18. – С. 983–993.

7. Онищенко В. Порівняння національних та міжнародних вимог до складання звіту про управління [Електронний ресурс] / В. Онищенко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2018. – № 4. – С. 230–238. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2018_4_28.
8. Сокіл О.Г. Звіт про управління як гарантія соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / О.Г. Сокіл // Сталий розвиток країни в рамках Європейської інтеграції : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. – Житомир, 2019. – 7 листопада. – С. 173–174. – Режим доступу : <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/9524>
9. Мулик Т. О. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Т. О. Мулик, Н. В. Ващилова // Ефективна економіка. – 2019. – № 11. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_40
10. Жиглей І. В. Звіт з управління – складова фінансової, нефінансової чи інтегрованої звітності? / І. В. Жиглей, Д. М. Захаров // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2019. – Вип. 1 (42). – С. 18–24
11. Новіченко Л. С. Актуальні питання формування звіту про управління підприємством / Л. С. Новіченко // Економічний аналіз. – 2018. – Т. 28(4). – С. 258–264. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28\(4\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28(4)_36).
12. Царук Н. Г. Підготовка звіту про управління – новий виклик для бухгалтера [Електронний ресурс] / Н. Г. Царук // Бізнес-навігатор. – 2019. – Вип. 3-2. – С. 120–125. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_3-2_25
13. Шевчук В. Р. Проблемні аспекти та перспективи розкриття у звіті про управління інформації про ризики та невизначеності діяльності вітчизняними суб'єктами господарювання / В. Р. Шевчук // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2019. – Вип. 57. – С. 104–109. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2019_57_18.
14. Скоробогатова Н. Є. Адаптація українського законодавства у сфері бухгалтерського обліку та звітності до вимог ЄС / Н. Є. Скоробогатова, А. Д. Кухарук // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2018. – № 15. – С. 36–47. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2018_15_7.
15. Концептуальна основа МСФЗ видана РМСБО у вересні 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text
16. Проданчук М. А. Нефінансова звітність – ефективний інструмент в реалізації управлінських рішень / М. А. Проданчук // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 2(2). – С. 202–214.
17. Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління : Наказ Міністерства України від 07.12.2018 № 982. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.

References

1. Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini : Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 № 996-XIV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32013L0034>
3. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>
4. Bezverkhyi K. V. Konsolidovanyi zvit pro upravlinnia. Novatsii upravlinskoï praktyky zvituvannia [Elektronnyi resurs] / K. V. Bezverkhyi, V. P. Panteleiev // Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu. – 2018. – № 1–2. – С. 37–46. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhatat_2018_1-2_6.
5. Bezverkhyi K. V. Porivniannia elementiv struktury intehrovanoi zvitnosti ta zvituvannia [Elektronnyi resurs] / K. V. Bezverkhyi // Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu. – 2019. – № 1–2. – С. 24–31. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhatat_2019_1-2_5.
6. Ozeran A.V. Zvit kerivnytstva: sutnist, struktura ta miste u systemi finansovoi zvitnosti subiekta hospodariuvannia / A.V. Ozeran // Ekonomika i suspilstvo. – 2018. – Vyp. 18. – С. 983–993.
7. Onyshchenko V. Porivniannia natsionalnykh ta mizhnarodnykh vymoh do skladannia zvituvannia [Elektronnyi resurs] / V. Onyshchenko // Problemy i perspektivy ekonomiky ta upravlinnia. – 2018. – № 4. – С. 230–238. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2018_4_28.
8. Sokil O.H. Zvit pro upravlinnia yak harantiia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu [Elektronnyi resurs] / O.H. Sokil // Stalyi rozvytok krainy v ramkakh Yevropeiskoi intehratsii : materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii zdobuvachiv vyshchoi osvity i molodykh uchenykh. – Zhytomyr, 2019. – 7 lystopada. – С. 173–174. – Rezhym dostupu : <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/9524>
9. Mulyk T. O. Intehrovana zvitnist pidpriemstva: stan ta perspektivy rozvytku [Elektronnyi resurs] / T. O. Mulyk, N. V. Vashchilova // Efektyvna ekonomika. – 2019. – № 11. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_40
10. Zhyhlei I. V. Zvit z upravlinnia – skladova finansovoi, nefinansovoi chy intehrovanoi zvitnosti? / I. V. Zhyhlei, D. M. Zakharov // Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu. – 2019. – Vyp. 1 (42). – С. 18–24
11. Novichenko L. S. Aktualni pytannia formuvannia zvituvannia pidpriemstvom / L. S. Novichenko // Ekonomichniy analiz. – 2018. – Т. 28(4). – С. 258–264. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28\(4\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28(4)_36).
12. Tsaruk N. H. Pidhotovka zvituvannia – novyi vyklyk dlia bukhhaltera [Elektronnyi resurs] / N. H. Tsaruk // Biznes-navigator. – 2019. – Vyp. 3-2. – С. 120–125. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_3-2_25
13. Shevchuk V. R. Problemnii aspekty ta perspektivy rozkryttia u zvitiv pro upravlinnia informatsii pro ryzyky ta nevyznachenosti diialnosti vitchyznianymy subiekttamy hospodariuvannia / V. R. Shevchuk // Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnogo universytetu. Ekonomichni nauky. – 2019. – Vyp. 57. – С. 104–109. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2019_57_18.
14. Skorobohatova N. Ye. Adaptatsiia ukrainskoho zakonodavstva u sferi bukhhalterskoho obliku ta zvitnosti do vymoh YeS / N. Ye. Skorobohatova, A. D. Kukharuk // Ekonomichniy visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut". – 2018. – № 15. – С. 36–47. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2018_15_7.
15. Kontseptualna osnovna MSFZ vydana RMSBO u veresni 2010 r. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text
16. Prodanchuk M. A. Nefinansova zvitnist – efektyvnyi instrument v realizatsii upravlinskykh rishen / M. A. Prodanchuk // Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnogo universytetu (ekonomichni nauky). – 2013. – № 2(2). – С. 202–214.
17. Pro zatverdzhennia Metodichnykh rekomendatsii zi skladannia zvituvannia pro upravlinnia : Nakaz Minfinu Ukrainy vid 07.12.2018 № 982. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.

Надійшла / Paper received: 09.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті досліджено систему управління інноваційної діяльності на промислових підприємствах. Розглянуто основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств за 2017–2019 роки. Виявлено основні проблеми розвитку інновацій на підприємствах через недостатнє фінансування, невисоку зацікавленість управлінського персоналу підприємств у розвитку виробництва та підвищенні його конкурентоспроможності. В статті представлений загальний алгоритм управління інноваційним потенціалом промислового підприємства для забезпечення інноваційного розвитку.

Ключові слова: інновація, управління, інноваційна діяльність, промислове підприємство, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток.

HEIDAROVA O., MALA O.

Khmelnitskyi National University

MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Today, a large number of Ukrainian industrial enterprises face the problem of innovative development. Innovative activity is the basis for the continued existence and development of industrial enterprises, as well as provides an opportunity to increase competitive advantage. Significant lack of investment resources, lack of experience in managing innovation potential has led to the fact that enterprises' innovation processes are periodic and unproductive. At present, in Ukraine most companies do not pay enough attention to the development of innovation. With a small amount of innovative development, industrial enterprises implement mainly short-term innovation goals, which are associated only with a partial improvement in production.

The main stage of ensuring the development of innovative potential of enterprises is the interest of the company's management in innovations. This article examines the management system of innovation in industrial enterprises. The main indicators of innovation activity of industrial enterprises for 2017-2019 are considered. The main problems of innovation development at enterprises due to insufficient funding, low interest of management staff of enterprises in the development of production and increasing its competitiveness. The article presents a general algorithm for managing the innovation potential of an industrial enterprise to ensure innovative development.

Keywords: innovation, management, innovative activity, industrial enterprise, innovative potential, innovative development.

Вступ. На сьогодні велика кількість українських промислових підприємств постають перед проблемою інноваційного розвитку. Інноваційна діяльність виступає основою подальшого існування і розвитку промислових підприємств, а також дає можливість для підвищення конкурентних переваг.

Значний брак інвестиційних ресурсів, відсутність досвіду управління інноваційним потенціалом призвело до того, що на підприємствах інноваційні процеси мають періодичний і непродуктивний характер. Нині в Україні на більшості підприємств питанням розвитку інноваційної діяльності приділяється недостатньо уваги. При незначних обсягах інноваційних розробок промислові підприємства реалізують переважно короткострокові інноваційні цілі, які пов'язані лише з частковим покращенням виробництва. Головним етапом забезпечення розвитку інноваційного потенціалу підприємств є зацікавленість керівництва компанії у інноваційній діяльності, готовність до випуску високотехнологічного інноваційного продукту.

Метою статті є визначення та аналіз основних чинників, що впливають на інноваційний розвиток промислового підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення управління інноваційним потенціалом промислових підприємств.

Об'єктом наукового дослідження є процес управління інноваційною діяльністю промислового підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблем підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств присвячена значна кількість праць зарубіжних та вітчизняних вчених, а зокрема: Й. Шумпетера Й. [8], Кавтиш О.П та Круш Н.П. [5], Л.В. Струніна та В.В. Струнін [6], Вівчар О.Й. та Паранька Н.М. [3], Гринько Т.В. та Єрмакова Г.В [4] та інших. Разом з тим питання наукового обґрунтування ефективної інноваційної діяльності підприємства й досі залишається невирішеним.

Виклад основного матеріалу. Одним з основних чинників розвитку соціальної та виробничої інфраструктури в довгостроковому періоді є інноваційна діяльність. Поняття «інновація» походить від англійського слова «innovation», що в перекладі означає «введення новачій». Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (застосовані) та (або) удосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1]. Інноваційна діяльність у промисловості на сучасному етапі стає усе більш важливою у зв'язку зі стрімкою глобалізацією світового господарства й інтеграцією України в систему міжнародного поділу праці. Розвиток міжнародних зв'язків вимагає підвищення конкурентоздатності української продукції, як на зовнішніх, так і на внутрішніх ринках.

Підприємство для забезпечення конкурентоспроможності повинно бути готовим до освоєння нових технологій, що дозволяють виготовляти більш якісну нову продукцію з найменшими витратами, систематичного впровадження нововведень. Пріоритетними завданнями підприємств стають забезпечення стійкого економічного зростання на основі збільшення обсягу інвестицій, створення ефективної інфраструктури, збільшення інноваційного потенціалу та підвищення ефективності управління. Значна частина українських промислових підприємств виробляють високоякісну конкурентоспроможну продукцію, але через незначне фінансування у сфері інноваційної діяльності не мають можливості конкурувати на міжнародних ринках.

Розглянемо таблицю 1, де вказані основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств за 2017–2019 рр.

Кількість промислових підприємств, що займаються інноваційною діяльністю у 2018 та 2019 рр. значно зменшилася в порівнянні з 2017 р. і становить 777 (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств за 2017–2019 рр. [2]

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Кількість інноваційно-активних промислових підприємств			
– усього, од.	834	759	777
– % до загальної кількості промислових підприємств	18,9	16,2	16,4
Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси)			
– усього, од.	735	672	739
– % до загальної кількості промислових підприємств	16,6	14,3	15,6
Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів			
– усього, од.	3489	1831	2006
– з них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих	748	611	926
Кількість упроваджених видів інноваційної продукції (товарів, послуг)			
– усього, од.	4139	2387	3843
– з них нових видів машин, устаткування, приладів, апаратів	1305	751	920

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації у 2019 році збільшилась в порівнянні з попередніми роками. Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів впродовж 2017–2019 роки є нестабільною, адже у 2018 році становила 3489 од., у 2018 році зменшилась до 1831 од., та у 2019 році збільшилась до 2006 од. Щодо кількості упроваджених видів інноваційної продукції (товарів, послуг), то динаміка показників повторюється як і в попереднього показника.

З таблиці 1, можна спостерігати, що найгірші показники впродовж 2017–2019 рр. були у 2018 році, а найкращі у 2017 році. Це пояснюється тим, що у 2018 році промислові підприємства, які займалися інноваційною діяльністю значно скоротили обсяг витрат на НДР та залучення зовнішніх знань, що значно скорочує обсяги виробництва інноваційної продукції та рівень конкурентоспроможності українських промислових підприємств.

Враховуючи те, що управління інноваційної діяльності здійснюється завдяки його фінансуванню, розглянемо витрати, що виділяють на інновації за джерелами фінансування впродовж 2017–2019 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Витрати на інновації за джерелами фінансування впродовж 2017–2019 рр. [2]

Показник	2017 рік		2018 рік		2019 рік	
	млн грн	у % до загального обсягу	млн грн	у % до загального обсягу	млн грн	у % до загального обсягу
Усього	13813,7	100,0	9117,5	100,0	12180,1	100,0
– за рахунок коштів власних	13427,0	97,2	7704,1	84,5	10742,0	88,2
– державного бюджету	55,1	0,4	227,3	2,5	639,1	5,2
– місцевих бюджетів	38,4	0,3	95,6	1,0	13,4	0,1
– інвесторів-резидентів	74,3	0,5	273,1	3,0	109,7	0,9
– інвесторів-нерезидентів	58,6	0,4	107,8	1,2	107,0	0,9
– кредитів	113,7	0,8	594,4	6,5	473,9	3,9
– інших джерел	46,6	0,4	115,2	1,3	95,0	0,8

Розглянувши таблицю 2, ми бачимо, що у 2017 році було витрачено 13813,7 млн грн на інновації, у 2018 році 9117,5 млн грн, а у 2019 році 12180,1 млн грн.

Аналізуючи джерела фінансування можна стверджувати, що основну суму коштів, витрачених на інноваційну діяльність підприємств було залучено з власних доходів підприємства. З державного бюджету підприємства отримують дуже малі кошти.

Інноваційна політика держави немає чіткого обґрунтування та механізму реалізації на регіональному рівні. Відсутня ефективна взаємодія підприємств та регіональних органів управління щодо освоєння інноваційних програм та проектів. Існуюча система управління інноваціями не забезпечує ефективної роботи і чіткої взаємодії державних, регіональних органів та промислових підприємств щодо освоєння нових проектів.

Недоліки в управлінні інноваціями на підприємствах призводять до погіршення стану обладнання, використанню старих технологій та випуску неконкурентоспроможної продукції.

Серед причин неефективного управління інноваціями потрібно виділити невисоку зацікавленість управлінського персоналу підприємств у розвитку виробництва та підвищенні його конкурентоспроможності. Для більш ефективного здійснення інноваційної діяльності промисловим підприємствам варто залучати іноземні інвестиції, які дадуть значний поштовх у розвиток промисловості і економіки країни в цілому, а це можливе лише за підтримки держави.

Українські промислові підприємства мають великий потенціал для розвитку, але через брак коштів і дуже сувору державну політику промислові підприємства здійснюють інноваційну діяльність дуже повільно і у незначних масштабах.

Для забезпечення прискореного розвитку інноваційного потенціалу підприємства необхідний ефективний алгоритм управління, що забезпечує формування та реалізацію такого варіанту розвитку, який забезпечить найкращі кінцеві результати. Даний алгоритм запропонований на рисунку 1.

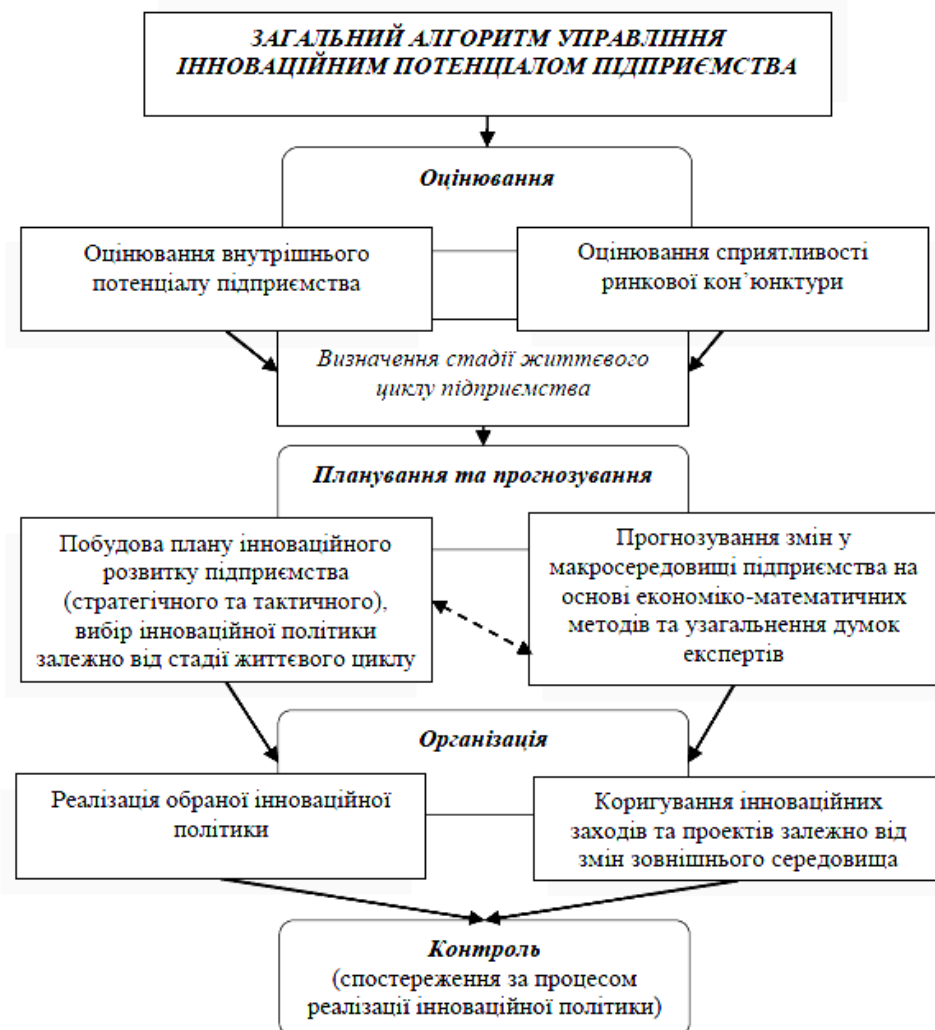


Рис. 1. Загальний алгоритм управління інноваційним потенціалом промислового підприємства

Першим етапом управління є оцінювання внутрішнього потенціалу підприємства, тобто визначення рівня інноваційних ресурсів та можливостей, аналіз здібностей їх швидко та доцільно реалізувати.

На основі отриманих результатів оцінки визначається стадія життєвого циклу господарюючого суб'єкта, що є важливим проміжним етапом управління, адже дає змогу обирати вектор подальшого інноваційного розвитку на основі генерування впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Другий етап – планування та прогнозування, передбачає визначення довго- та короткострокових цілей інноваційного розвитку, формування інноваційної політики з врахуванням стадії життєвого циклу підприємства. Етап організації управління передбачає реалізацію заходів по досягненню цілей обраної інноваційної політики. При цьому необхідним є постійне коректування інноваційних процесів залежно від змін зовнішнього середовища, що потребує здійснення перманентного моніторингу ринкової кон'юнктури.

Останнім етапом управління інноваційним потенціалом підприємства є постійний контроль за тим, як реалізується інноваційна політика та здійснюються заходи по досягненню поставлених довго- та короткострокових цілей.

Висновки та пропозиції. На основі проведених статистичних досліджень можна стверджувати, що інноваційний розвиток українських підприємств залишається на низькому рівні порівнянні з вимогами глобальних тенденцій. Така ситуація спричинена не зацікавленістю розвитку інноваційної діяльності та незначним фінансуванням у сфері інноваційної діяльності з боку держави. Також ця ситуація ставить питання про необхідність активізації потенціалу всіх інноваційних елементів галузі для вирішення завдань щодо поліпшення фінансово-економічних показників їх діяльності.

В результаті проведеного дослідження встановлено, що формування та реалізація інноваційного потенціалу є необхідною передумовою підвищення конкурентоспроможності підприємства, зростання прибутковості та ефективності його діяльності.

Отже, у процесі управління інноваційним потенціалом необхідно враховувати зміни у зовнішньому середовищі, що дасть змогу нівелювати вплив ризиків та максимально ефективно використовувати його можливості.

Література

1. Про інноваційну діяльність : закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Наукова та інноваційна діяльність України у 2019 році : стат. зб. [Електронний ресурс]. – К. : Державна служба статистики України, 2019. – С. 108. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf
3. Вівчар О.Й. Інноваційна діяльність в Україні та напрями її розвитку / О.Й. Вівчар, Н.М. Паранька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 183–187.
4. Гринько Т.В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка / Т.В. Гринько, Г.В. Єрмакова // БізнесІнформ. – 2011. – С. 62–64.
5. Кавтиш О. П. Методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства / О. П. Кавтиш, Н. П. Круш // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2011. – Вип. 7. – С. 91–96.
6. Струніна Л.В. Структурні особливості розвитку інноваційної активності українських підприємств / Л.В.Струніна, В.В. Струнін // Наукові праці НУХТ. – 2014. – Том 20. – С. 76.
7. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – Київ : Академвидав, 2006. – 464 с.
8. Шумпетер І. Теория экономического развития / И. Шумпетр. – М. : Прогресс, 1982. – 314 с.

References

1. Law of Ukraine "On Innovation" of July 4, 2002 № 40-IV. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Scientific and innovative activity of Ukraine in 2019: stat. zb. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine, 2019. P. 108. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf
3. Shepherd O.Y. Innovative activity in Ukraine and directions of its development / O. Y. Vivchar, N. M Paranka // Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. - 2011. - P. 183-187.
4. Grinko T.V. The essence of innovative activity of the enterprise and its evaluation / T.V. Grinko, G.V. Yermakova // BusinessInform. - 2011. - P. 62-64
5. Kavtysh O.P. Methodical approaches to assessing the innovative potential of the enterprise / O.P. Kavtysh, N.P. Krush // Modern problems of economics and entrepreneurship. - 2011. - Vol. 7. - P. 91-96.
6. Strunina L.V. Structural features of development of innovative activity of Ukrainian enterprises / L.V. Strunina, V.V. Strunin // Scientific works of NUHT. - 2014. - Volume 20. - P. 76
7. Stadnyk V.V. Innovation Management: textbook. manual / V.V. Stadnik, M.A. Jochna. - Kyiv: Akademvydav, 2006. - 464 p.
8. Schumpeter I. Theory of economic development / I. Schumpeter. - M.: Progress, 1982. - 314 p.

Надійшла / Paper received: 22.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 338.2

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-13

ГОРДЕЄВА-ГЕРАСИМОВА Л. Ю., РЄПІНА С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АВІАЦІЙНИМИ КОМПАНІЯМИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Робота спрямована на вивчення та аналіз останніх нововведень у сфері управління авіаційними компаніями. Також значну увагу приділено виявленню основних негативних факторів, що вплинули на радикальні зміни системи авіаційного менеджменту протягом останніх кількох років.

У роботі узагальнено як позитивний, так і негативний зарубіжний досвід у спробах швидкого перестроювання авіаційної транспортної системи відповідно до вимог сучасного світу. Було встановлено, що внутрішнє управління більшості компаній, пов'язаних з авіаційною сферою діяльності, виявилось не готовим до різкої зміни навколишнього їх економічного середовища, запасів врахованих фінансових резервів виявилось недостатньо, а подальші управлінські рішення лише погіршили ситуацію. Але все ж частина компаній на міжнародному ринку змогли утримати свої позиції, і лише не в багатьох випадках - за рахунок державної підтримки. Досліджено, що для мінімізації негативного впливу розглянутих зовнішніх факторів необхідно проводити переспрямування наявних ресурсів на підтримку функціонування підприємства, змінювати план діяльності і відповідно перебудовувати її щодо відредагованого варіанту. Результат від виділених умов безпосередньо залежить від професіоналізму менеджера і його команди. Крім того, важливість фінансової підтримки з боку державних органів влади, не піддається сумніву, адже основна проблема, з якою зіткнулися практично всі компанії - це фінансові втрати, а за рахунок зовнішньої підтримки її можна частково вирішити.

Запропоновано переглянути основні принципи авіаційного менеджменту і включити в процес планування діяльності компанії можливість часткової зміни сфери діяльності за негативних обставин. Мета впровадження даної ідеї полягає в тому, щоб не допустити банкрутства компанії через нестачу фінансових коштів. Таке негативне явище притаманне економіці сучасного світу, адже за останні роки кількість авіакомпаній значно скоротилася, в більшій частині через нездатність в адаптації до карантинних обмежень.

Ключові слова: авіаційний менеджмент, економічне середовище, модернізація, фінансування, пандемія COVID-19.

HORDIEIEVA-HERASYMOVA L., RIEPINA S.

Oles Honchar Dnipro National University

PROBLEMS OF MANAGEMENT OF AVIATION COMPANIES IN THE MODERN WORLD

The work is aimed at studying and analyzing the latest innovations in the field of management of aviation companies. Also, considerable attention is paid to identifying the main negative factors that have influenced the radical changes in the aviation management system over the past few years.

The article summarizes both positive and negative foreign experience in attempts to quickly rebuild the aviation transport system in accordance with the requirements of the modern world. It was found that the internal management of most companies associated with the aviation sector was not ready for a sharp change in their economic environment, the reserves of financial reserves were not enough, and further management decisions only worsened the situation. But still, some companies in the international market were able to maintain their positions, and only in a few cases - at the expense of state support. It is established that in order to minimize the negative impact of the considered external factors, it is necessary to redirect existing resources to maintain the functioning of the enterprise, change the business plan and, accordingly, rebuild it relative to the edited version. The result of the selected conditions directly depends on the professionalism of the Manager and his team. In addition, the importance of financial support from state authorities cannot be doubted, because the main problem faced by almost all companies is financial losses, and due to external support, it can be partially solved.

It is proposed to review the basic principles of aviation management and include in the planning process of the company's activities the possibility of partial changes in the scope of activities under negative circumstances.

The purpose of implementing this idea is to prevent the company from going bankrupt due to lack of financial resources. This negative phenomenon is inherent in the economy of the modern world, because in recent years, the number of airlines has significantly decreased, mostly due to the inability to adapt to quarantine restrictions.

Key word: aviation management, economic environment, modernization, financing, COVID-19 pandemic.

Вступ. Ефективне і, як показав досвід останніх двох років, стабільне функціонування ринку авіаперевезень є важливим чинником підтримки як внутрішніх, так і міжнародних зав'язків, а отже і економіки відповідних країн в цілому. Поява нових ризиків змушує переглядати основні принципи функціонування звичних нам систем. Якщо раніше, однією з основних цілей запровадження підприємницької діяльності, було розширення виробництва і збільшення прибутку, то після подій 2019-2020 роки, коли в зв'язку з появою вірусу були введені широкомасштабні карантинні обмеження, основним завданням підприємців стала не модернізація виробництва, а мінімізація фінансових витрат і повернення втрачених позицій на ринку в довгостроковій перспективі [2].

Негативний вплив даного чинника особливо помітно в транспортній і туристичних сферах. Наприклад, такі відомі авіакомпанії: Air Italy (друга за величиною авіакомпанія Італії), FlyBe (Франція), Braathens Regional Airlines (Швеція), AtlasGlobal (Туреччина), United Express (США), RavnAir (найбільший авіаперевізник на Алясці), Thai Airways (Таїланд), Virgin Australia (друга за величиною компанія Австралії) і багато інших, не змогли пристосуватися до ситуації, що склалася і не просто зазнали значних фінансових втрат, а й зовсім були визнані банкрутами [1].

У більшості країн транспортна сфера займає одне з основних місць в національній економіці. З цього випливає, що з появою непередбаченого раніше зовнішнього фактору, було завдано колосального збитку економікам практично всіх країн світу. Тому вивчення питання модернізації сучасного менеджменту, в тому числі і авіаційного, на даний момент, є актуальним.

Актуальність. Поява коронавірусної інфекції в кінці 2019 року привернула увагу практично кожної людини. Вивченням даного питання займалися як багато вчених, так і далеких від науки людей, що спричинило появу неправдивої і nepідтвердженої інформації.

Говорячи про наукові роботи, які затверджених державними організаціями або перебувають в спеціалізованих базах даних, слід зазначити роботи професора Патріка Сай Ву [5] і Сюзанну Кар Пуй Лау [7] які є співробітниками департаменту мікробіології в Гонконзькому університеті. У загальній кількості їхня наукова діяльність щодо питання інфекції складається з більш ніж 40 статей, при чому деякі з них частково присвячені вивченню змін в економічному середовищі. Так само, вивченням наслідків впливу COVID-19 на транспортну сферу з економічної точки зору займалися Юн Лі професор Мічиганського університету і професор університету в Торонто з аналогічною прізвищем [9]. Але все ж, доктор Зіяд Меміш [10], який є головним редактором двох журналів (Journal of Epidemiology і Global Health), написав найбільшу кількість статей даного напрямку в порівнянні з наведеними вище вченими.

З українських економічних експертів внесок у вивчення наслідків впровадження карантинного обмеження зробили Андрій Бочкарьов, Роман Губрієнко, Богдан Данилишин, Діана Полуніна [12] і багато інших, зроблені висновки яких більшою мірою збігалися і підтверджували обґрунтованість висунутих деякими з них гіпотез. Проаналізувавши наукові роботи останніх двох років можна встановити, що більшість з них були написані науковими співробітниками з Китаю, які приділяють увагу вивчення походження вірусу і особливостям інфікування, а європейські фахівці, в свою чергу, в основному описували зміни економічного середовища, викликаних його появою.

Мета статті. Основною метою статті є аналіз впливу непередбаченої появи нового негативного зовнішнього фактору на економіку країн. Для більш конкретної оцінки було вибрано вивчення змін в авіаційній сфері протягом останніх двох років під впливом введених карантинних обмежень, викликаних появою вірусу COVID-19.

Також, значну увагу приділено аналізу останніх нововведень в сфері управління авіаційними компаніями та фактична ефективність їх застосування. Отже також метою даної статті є формування та надання рекомендацій щодо напрямів модернізації сучасного авіаційного менеджменту.

Виклад основного матеріалу досліджень. Прийнято вважати, що авіаційна галузь – це сектор економіки, який виробляє, обслуговує і експлуатує літаки і аеропорти [3]. Але дане словосполучення, на практиці, має більш широке значення, адже авіаційні компанії виконують безліч обов'язків як в самій будівлі аеропорту, так і в літаку. Вони включають наземні обов'язки, які необхідно виконати ще до зльоту, а також дії під час польоту і після посадки. Крім того, кожна компанія, незалежно від напрямку діяльності, виконує інформаційну (по збору, обробці і передачі інформації державним службам), з управління фінансами та інші функції. Організацією та контролем виконання всіх перерахованих зобов'язань займається авіаційний менеджмент, а саме – менеджер вищого рівня управління.

Основними завданнями даного співробітника є визначення цілей організації, розробка стратегії, адаптація до зовнішнього середовища, прийняття найважливіших рішень для організації в цілому, здійснення комунікацій і формування організаційної культури. Залежно від виконання даних функцій визначається майбутнє в функціонуванні компанії [8].

Нестабільна ситуація на авіаційному ринку останні два роки, посприяла пошуку вирішення другого з перерахованих вище завдань, а саме «адаптації до зовнішнього середовища», яким раніше практично не приділялося уваги. Представники авіаційного менеджменту різних міжнародних компаній використовували різні підходи для вирішення виниклої проблеми, але все ж велика частина з них виявилися в скрутному фінансовому становищі.

Для обслуговування і розвитку аеропортів необхідні значні фінансові кошти. Основними джерелами фінансування є: отримання урядових грантів, кредитів, отримані від міжнародних та комерційних організацій, дохід від акцій або облігацій, іноземне інвестування [8]. Кожен з перерахованих варіантів має свої особливості, але під час карантинних обмежень багато з них виявилися недоступними для авіакомпаній. Це ж стосується додаткових доходів від спеціальних зборів які нараховуються авіакомпанією, орендної плати, справляння плати з власників компанії з прокату автомобілів, ресторанів, служб таксі, служб з надання послуг громадського харчування та провезення багажу, забезпечення паливом і паркуванням. Адже, з обмеженням пересування громадян країни, в зв'язку з введенням карантинних заходів, дані послуги вже не користуються колишнім попитом і не приносять необхідного прибутку.

Але незважаючи на це, експлуатаційні витрати до яких відносяться технічне обслуговування, електрику, заробітна плата основного персоналу та багато іншого, залишилися колишніми. Це змушує керівників організації шукати можливі шляхи стабілізації фінансового стану компанії, основним з яких є отримання кредитів державних або комерційних установ.

Згідно з даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), сумарна заборгованість офіційно зареєстрованих авіаційних компаній світу до кінця 2020 року складе 550 млрд доларів, а це в свою чергу на 28% більше від показника початку цього року. Близько 67 млрд дол. із загальної суми становить

заборгованість по державних позиках, 52 млрд – заборгованість перед комерційними та лізинговими компаніями, а також за облігаційними позиками [4].

Під час поширення епідемії в світі, в авіаційній галузі відбувся різкий спад попиту на відповідні послуги. Згідно з даними інформаційного агентства «Reuters» [6], серед найбільших авіакомпаній світу найбільше зниження числа авіаперельотів характерно для AirAsia (в 305 разів), IndiGo (в 97 разів), Avianca (в 92 рази), Austrian Airlines (в 175 разів), TAP Portugal (в 143 рази). Абсолютний антирекорд встановлений в британській авіакомпанії Easyjet де це число склало 1712 рази. А бельгійська Brussels Airlines і нідерландська Transavia Airlines компанії відповідно знизили свої показники з 237 і 264 до нуля (табл. 1).

Така ситуація характерна для всіх високорозвинених країн світу. Провівши аналіз узагальнених даних по всім офіційно зареєстрованим авіакомпаніям світу, можна відзначити значне скорочення комерційних авіарейсів, за рік їх кількість знизилася практично в 5 разів. При чому найбільш різкий спад простежується лише на початку 2020 року, не дивлячись на те, що появи вірусної інфекції відбулося ще в 2019 році [6].

Таблиця 1

Зміни кількості авіарейсів з 22.04.2019 по 22.04.2020

Авіакомпанія	Коефіцієнт змінності	Відсоткове співвідношення, %
Swiss International Air Lines	22,9	-96
Austrian Airlines	174,5	-99
Brussels Airlines	-	-100
Transavia Airlines	-	-100
Air France	32,7	-97
easyJet Airline	1712	-100
TAP Portugal	143	-99
AirAsia	305	-100
IndiGo	96,8	-99
Avianca	91,8	-99
Aeroflot Russian Airlines	9,1	-89

Джерело: розроблено на основі [6].

Настільки різка зміна попиту на міжнародному ринку вплинула на фінансовий стан практично кожної авіаційної компанії і, хоч деякі з них мали резервний фонд, який до сьогоднішнього дня сприяє їх функціонуванню, велика частина компаній не були підготовлені до таких різких змін обставин, більшість менеджерів яких прийняли рішення про взяття кредитів. Найбільш вигідним варіантом серед можливих, було отримання державної підтримки або ж кредиту на більш вигідних умовах, ніж у комерційних організацій. За період карантинних обмежень Міністерство фінансів США надало більш ніж 55 вітчизняним авіакомпаніям фінансову допомогу в розмірі 25 млрд дол. Уряд Франції виділив 7 млрд євро на підтримку авіаційної сфери, Таїланду – 1,8 млрд дол. (більшу частину цих коштів виділили компанії Thai Airways, яка належить Міністерству фінансів країни), ПАР – близько 400 млн дол. [6].

Сума державної підтримки формувалася залежно від отриманої виручки компаніями в 2019 р. і фінансової можливості країн (табл. 2).

Таблиця 2

Державна підтримка авіаційної сфери в 2020 році

Регіон	Виручка в 2019 р. (млрд дол.)	Передбачена державна підтримка (млрд дол.)	% від виручки у 2019 р.
Північна Америка	264	66	25%
Європа	207	30	15%
АТР	257	28	10%
Латинська Америка	38	0,3	0,8%
Близький Схід і Африка	72	0,8	1,1%
Світ у цілому	838	123,1	14%

Джерело: розроблено на основі [6].

Проаналізувавши дані таблиці, можна зробити висновок, що в більшості регіонах світу передбаченого фінансування недостатньо для підтримки фінансової стабільності авіаційних компаній. Для цього є ряд причин, основна з яких полягає в необхідності значних фінансових вкладень в розвиток медичної сфери. А так як, організацій, які подають заяви про отримання державної підтримки з кожним днем стає все більше, уряди країн посилюють вимоги до компаній, що звертаються до них.

Наприклад, британська авіакомпанія FlyBe, подала заявку на отримання допомоги від уряду Англії. Запитаний ними позику у розмірі 100 мільйонів фунтів стерлінгів, за попередніми підрахунками, міг би врятувати її від банкрутства, але через жорсткість умов видачі фінансової допомоги, компанія не змогла виконати всі умови договору і надалі була ліквідована.

Крім того, слід зазначити, що державна підтримка має на увазі видачу кредиту на вигідних умовах, наприклад згідно з даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту, авіакомпанії сумарно, в наступному році, отримають близько 123 мільярдів доларів від влади розглядаються країн, але більше половини з них виділять на поворотній основі, що, на думку експертів, може стати загрозою фінансової

стабільності авіакомпаній в майбутньому. І крім того, згідно з підрахунками експертів, в результаті даної держпідтримки авіакомпанії зможуть збільшити свій капітал не більше ніж на 10 % [6]. Говорячи про заборгованість комерційним компаніям, то там мається на увазі повна виплата отриманої суми з нарахованими відсотками, заборгованість за якими, на думку аналітиків, виплатити компаніям буде практично неможливо.

Деякі менеджери підійшли інакше до вирішення проблеми фінансування [13], наприклад, головний менеджер другої за величиною авіакомпанії в Італії – Air Italy разом з керівництвом ухвалили рішення про її ліквідацію ще до початку повномасштабної епідемії в країні. Прорахувавши всі можливості і ризики, припинення діяльності виявилось найбільш логічним, адже організація вже була на межі банкрутства, а такий ризикований крок допоміг уникнути ще більших фінансових втрат.

Аналогічне рішення прийняв відділ менеджменту компанії Air Mauritius яка оголосила про банкрутство ще на самому початку епідемії, але на відміну від попередньої, вона не була закрита, зараз нею здійснює керування зовнішній управляючий.

Керівництво компанії Trans States Airlines, яка раніше називалася United Express, також зупинила свою діяльність ще на початку 2020 року. Але, згідно з підготовленою менеджером стратегії розвитку, планується здійснити об'єднання з іншою компанією ExpressJet і почати роботу вже в кінці 2020 року. На відміну від них авіакомпанія Carrier Compass Airlines, не змогла знайти організацію для подальшого злиття, так само, як і знайти нових партнерів через що була змушена піти з ринку.

Менеджери компанії RavnAir спочатку подали заявку на отримання державної допомоги від влади США за спеціально створеною програмою CARES, але не дочекались розгляду заявки і оголосили про банкрутство. На даний момент авіакомпанія виставлена на продаж, але не ліквідована.

Авіакомпанія Virgin Australia, також після оголошення банкрутства виставила її на продаж. Спочатку, було чотири покупця, але через розбіжності в поглядах колишніх керівників і покупців з приводу стратегії розвитку, відділом менеджменту було прийнято рішення про ліквідацію організації.

На відміну від описаних вище, компаній Thai Airways змогла домогтися реорганізації. Після заміни головного менеджера, протягом короткого часу, був створений план відновлення діяльності і нова стратегія розвитку, після затвердження яких, уряд схвалив план реструктуризації. На сьогоднішній день авіакомпанія працює в звичайному режимі.

Інші організації, які виявилися не в настільки складному становищі, в основному підтримували свій фінансовий стан за рахунок накопичених резервів, виявлення та мінімізації негативного впливу від усіх можливих, навіть незначних, шляхів фінансових втрат. Наприклад, через карантинні обмеження, службами охорони здоров'я було заборонено видавати традиційне бортове харчування, а так як продукти закупаються заздалегідь, компанії без прийняття відповідних заходів могли б понести додаткові втрати. Тому, менеджерами було прийнято рішення продавати дані продуктові набори на винос або ж через Інтернет за допомогою спеціальних мереж по доставці їжі. Надалі це нововведення не тільки допомогло безлічі компаній зменшити збитки, а й принесло значні прибутки. Такі компанії, як Cathay Pacific і Garuda досі продовжують вести цю діяльність, не дивлячись на відновлення польотів. Так само, ще однією сферою діяльності авіакомпаній стало проведення польотів «ведучих в нікуди». Іншими словами, це екскурсія по борту літака яка включає в тому числі відвідування кабіни пілота. Вперше, даний проект впровадили в аеропорту Суншань (Таїланд) а незабаром, цю ідею підхопили і інші організації. Деякі авіакомпанії пропонують короткі тури з поверненням в той же аеропорт вильоту без посадки на землі. Вартість таких польотів значно вище ніж зазвичай, наприклад за 45 хвилин на літаку EVA Air A330, який вилетить з аеропорту Суншань і пролетить над північно-східним мисом з подальшим поверненням в аеропорт слід заплатити 180 дол. США. Але незважаючи на завищену ціну, охочих з кожним днем стає все більше, аеропорт вже підписав угоду з дев'ятьма місцевими туристичними агентствами [11]. Дана ситуація показала необхідність проведення, під час нестабільної економічної ситуації, переспрямування всіх наявних ресурсів на підтримку функціонування авіакомпанії, зміни плану діяльності і відповідно перебудови її щодо відредагованого варіанту.

Висновки. Чим складніше методики і технології, тим частіше їх потрібно коригувати, підлаштовуючи під нестабільну ситуацію в світі. Адже саме ті компанії, які здатні блискавично реагувати на зміни в економічному просторі мають майбутнє, а значить, важливість перегляду основних принципів авіаційного менеджменту та включення в процес планування діяльності компанії можливість часткового зміни сфери діяльності при негативних обставин, не піддається сумніву

Література

1. Anurag Kotoky (2020). Coronavirus Could Bankrupt Most Airlines by End of May, Consultant Warns. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-16/virus-to-bankrupt-most-airlines-by-end-of-may-consultant-says> (Application date 30.07.2020).
2. Business Insider (2020). Some of the world's airlines could go bankrupt because of the COVID-19 crisis, according to an aviation consultancy. URL: <https://www.businessinsider.com/coronavirus-airlines-that-failed-bankrupt-covid19-pandemic-2020> (Application date 30.07.2020).
3. Coder Lessons (2017). Авиационный менеджмент. URL: <https://coderlessons.com/tutorials/upravlenie/uznaite-upravlenie-aviatsiei/aviatsionnyi-menedzhment-vvedenie>. (Дата звернення 30.07.2020).
4. International air transport Association (2020). Airline debt. URL: <https://www.iata.org/>. (Дата звернення 30.07.2020).
5. Patrick Cy Woo (2020). Publications by authors named "Patrick Cy Woo". URL: https://www.researchgate.net/profile/Patrick_Cy. (Дата звернення 30.07.2020).

6. Reuters (2020). Air travel during the quarantine period, airline financing. URL: <https://www.reuters.com/>. (Дата звернення 30.07.2020).
7. Susanna Kp Lau (2020). Publications by authors named "Susanna Kar-Pui Lau". URL: https://www.researchgate.net/profile/Susanna_Lau. (Дата звернення 30.07.2020).
8. Tutorialspoint (2018). Aviation management. URL: [aviation_management_tutorial.pdf](#). (Дата звернення 30.07.2020).
9. Yun Li (2020). Publications by authors named "Yun Li". URL: https://www.researchgate.net/profile/Yun_Li. (Дата звернення 30.07.2020).
10. Ziad Memish (2020). Publications by authors named "Ziad Memish". URL: <https://www.researchgate.net/profile/Ziad-Memish>. (Дата звернення 30.07.2020).
11. Аэропорт Суншань (2020). Деятельность аэропорта. URL: <https://www.tsa.gov.tw>. (Дата звернення 30.07.2020).
12. Диана Полунина (2020). коронавирус в Украине. URL: <https://thepage.ua/news/koronavirus-v-ukraine>. (Дата звернення 30.07.2020).
13. Информационное агенство ТАСС (2020). Финансовое положение аэропортов во время эпидемии. URL: <https://tass.ru/>. (Дата звернення 30.07.2020).

References

1. Anurag Kotoky (2020). Coronavirus Could Bankrupt Most Airlines by End of May, Consultant Warns. Retrieved from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-16/virus-to-bankrupt-most-airlines-by-end-of-may-consultant-says>. (Date of application 30.07.2020).
2. Business Insider (2020). Some of the world's airlines could go bankrupt because of the COVID-19 crisis, according to an aviation consultancy. Retrieved from <https://www.businessinsider.com/coronavirus-airlines-that-failed-bankrupt-covid19-pandemic-2020>. (Date of application 30.07.2020).
3. Coder Lessons (2017) and Aviation management. Received from <https://coderlessons.com/tutorials/upravlenie/uznaite-upravlenie-aviatsiei/aviatsionnyi-menedzhment-vvedenie>
4. International air transport Association (2020) Airline debt. Retrieved from <https://www.iata.org/>. (Date of application 30.07.2020).
5. Patrick Cy Woo (2020) Publications by authors named "Patrick Cy Woo". Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Patrick_Cy. (Date of application 30.07.2020).
6. Reuters (2020) Air travel during the quarantine period, airline financing. Retrieved from <https://www.reuters.com/>. (Date of application 30.07.2020).
7. Susanna Kp Lau (2020) Publications by authors named "Susanna Kar-Pui Lau". Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Susanna_Lau. (Date of application 30.07.2020).
8. Tutorialspoint (2018) Aviation management. Retrieved from [aviation_management_tutorial.pdf](#). (Date of application 30.07.2020).
9. Yun Li (2020) Publications by authors named "Yun Li". Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Yun_Li. (Date of application 30.07.2020).
10. Ziad Memish (2020) Publications by authors named "Ziad Memish". Retrieved from <https://www.researchgate.net/profile/Ziad-Memish>. (Date of application 30.07.2020).
11. Songshan airport (2020) airport activities. Received from <https://www.tsa.gov.tw>. (Date of application 30.07.2020).
12. Diana Polunina (2020) coronavirus in Ukraine. Received from <https://thepage.ua/news/koronavirus-v-ukraine>. (Date of application 30.07.2020).
13. TASS news Agency (2020) financial situation of airports during the epidemic. Received from <https://tass.ru/>. (Date of application 30.07.2020).

Надійшла / Paper received: 06.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 338.24

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-14

ГРАБОВСЬКА І. В.

Хмельницький національний університет

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню сучасних об'єктивних та теоретичних передумов використання інтелектуального капіталу в інноваційному розвитку підприємства. Окреслено креативний контекст економічного розвитку, що зумовлює якісно нові трансформаційні зміни в системі управління інноваційною діяльністю. Досліджено сутність понять «інтелектуальний капітал» та «креативний капітал», проаналізовано підходи до визначення поняття «інтелектуально-креативний капітал», надано базові характеристики креативного менеджменту підприємства. Обґрунтовано доцільність формування стратегії використання інтелектуально-креативного капіталу підприємства в інноваційній діяльності та її основні елементи відповідно до цілей загальної стратегії організації. Визначено основні критерії проведення аналізу результативності використання інтелектуально-креативного капіталу в управлінні інноваційною діяльністю із застосуванням матриць стратегічного аналізу. Обґрунтовано підхід до вибору пріоритетних управлінських рішень щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інтелектуальний капітал, креативний капітал, креативний менеджмент, підприємство, використання інтелектуально-креативного капіталу, управлінські рішення, управлінські інновації.

GRABOVSKAYA I.

Khmelnitskyi National University

THE ROLE AND PLACE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT AND SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE

The article is devoted to the study of modern objective and theoretical prerequisites for the use of intellectual capital in the innovative development of the enterprise. The creative context of economic development is outlined, which determines qualitatively new transformational changes in the innovation management system. It is emphasized that creativity is a powerful business tool for successful activities of employees / managers of the company, and the activities of the organization as a whole, allows for profitable growth of most companies. The essence of the concepts of "intellectual capital" and "creative capital" is studied, the approaches to the definition of the concept of "intellectual and creative capital" are analyzed, the basic characteristics of creative management of the enterprise are given. The integrative approach to innovation management has been improved and the main components that are to ensure optimal efficiency of development and achievement of the enterprise goals are seen. The necessity of formation of strategy of use of intellectual and creative capital of the enterprise in innovative activity and its basic elements according to the purposes of the general strategy of the organization is substantiated. Approaches to the analysis of the effectiveness of the use of intellectual and creative capital in the management of innovative activities of the enterprise using the matrices of strategic analysis are studied. This makes it possible to identify the position of the enterprise in the coordinates of the matrix and to determine the appropriate typical priority management decisions. The approach to the choice of priority management decisions on the use of intellectual capital in the management of innovative activities of the enterprise is substantiated.

Keywords: innovation, innovative development, intellectual capital, creative capital, creative management, enterprise, use of intellectual and creative capital, management decisions, managerial innovations.

Постановка проблеми. Підприємство, як система, в яку входять об'єкти і суб'єкти різного роду, що взаємодіють між собою, за сучасних умов орієнтоване не лише на отримання прибутку та підтримку свого існування, а в більшому ступені на розвиток своєї діяльності. Цілеспрямовані дії щодо адекватної зовнішнім умовам зміни діяльності підприємства та його розвитку відносяться до сфери управління, при цьому вчені стверджують, що за сучасних умов потрібне таке управління, яке надає різноманітність, що була б не менша, ніж різноманітність умов, в якій знаходиться підприємство, – про це, зокрема стверджує У. Ешбі [8, с. 54]. Практичні кроки підприємств по впровадженню інновацій (нових технологій та матеріалів, інформатизації та широкому використанню інформаційних і комунікаційних технологій та ін.) істотно збільшили результативність систем управління та функціонування підприємств. Проте, резерви підвищення результативності все ще далеко не вичерпані. І ці резерви криються саме у більш результативному використанні інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств, що на відміну від нового устаткування або технології, є запорукою постійного відновлення у відповідності з новими вимогами зовнішнього середовища. Внаслідок того, що носієм інноваційності, активності та адаптивності є людина, то її висока значущість для розвитку підприємства практично очевидна. Саме тому наукове знання, крім поняття промисловий і фінансовий капітал, було збагачено поняттям капіталу інтелектуального, який сьогодні є чи не найвигіднішим ресурсом для інвестування, оскільки «дає віддачу у вигляді опосередкованого прибутку, пов'язаного із збільшенням продуктивності співробітника» [1, с. 15].

Фонд корпоративних досліджень (Corporate Research Foundation, 2005) перелічив шість ключових чинників успіху організацій: структурна гнучкість, кадри, інноваційний потенціал, зростаючі ринки,

міжнародна орієнтованість, якість менеджменту. Сучасна трансформація бізнес-моделей провідних закордонних компаній характеризується переходом від формату підтримки ефективної операційної діяльності, який реалізовувався за кризових часів, до формату виявлення потенційних можливостей ринку за рахунок стратегії інноваційного розвитку, що охоплює такі інструменти, як управління змінами, взаємовідносинами з клієнтами на підставі показової аналітики ефекту відкритих інновацій у системі управління знаннями. Слід зазначити, що структурну гнучкість і інноваційний потенціал забезпечує, як правило, креативність. Якісний креатив є однією з умов успішного просування компанії на ринку. Він здатний виділити фірму серед конкурентів, повідомити споживача про унікальність товарної пропозиції і методично напрацьовувати капіталізацію бренду. Одночасно слід підкреслити, що саме креативність дає змогу забезпечити прибуткове зростання більшості компаній, тому її можна розцінювати як потужний бізнес-інструмент успішної діяльності як працівників/менеджерів компанії, так і діяльності організації загалом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасна економічна література приділяє багато уваги питанням інноваційного розвитку підприємств та економіки країни. Креативізація економічного розвитку зумовлює якісно нові трансформаційні зміни в системі управління інноваційною діяльністю, тому теоретичні й практичні проблеми розвитку креативності в системі інноваційного менеджменту привертають увагу як зарубіжних, так і вітчизняних науковців та управлінців-практиків: Дж. Аян, В. Білошапки, П. Друкера, А. Ердлі, Дж. Као, О. Кузьміна, П. Кука, В. Куриляк, Г. Мінцберга, Є. Панченка, К. Прахалада, О. Продіуса, Л. Руденко-Сударевої, П. Сенге, Б. Твіса, Г. Хамела, Ч. Хені, Й. Шумпетера, О. Ястремської та ін.

Особливого значення набуває визначення ролі інтелектуального капіталу в основі інноваційного розвитку підприємства. Теоретичні положення та практичні аспекти використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства знайшли відображення в наукових розробках таких відомих зарубіжних учених-економістів, як А. Брукінг, Дж. Гелбрейт, Б. Гейтс, П. Друкер, Л. Едвінсон, М. Мелоун, А. Прусак, П. Салліван, К. Свейбі, Т. Стюарт, Т. Фортюн, М. Хеммер. Деякі аспекти використання інтелектуального капіталу досліджуються в наукових працях вітчизняних учених: В.Д. Базилевича, А.О. Босака, І.Р. Бузько, О.В. Вартанової, А.Е. Воронкової, М.С. Дороніної, Ю.Ю. Д'яченка, С.В. Гальчинського, В.М. Гесця, С.М. Ілляшенка, Т.В. Калінеску, О.В. Кендюхова, О.Є. Кузьміна, Л.І. Федулової та ін. Утім, певні аспекти управління інтелектуальним капіталом підприємства потребують подальшого розвитку, зокрема, поза увагою науковців залишається питання вибору пріоритетних управлінських рішень щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. Необхідність формування теоретичних засад та розробки практичних інструментів щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства зумовила вибір теми статті та напрями дослідження.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до визначення інтелектуально-креативного капіталу як основи інноваційного розвитку підприємства, а також основних аспектів формування стратегія використання інтелектуального капіталу підприємства в інноваційній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розуміння призначення інтелектуального капіталу підприємства, його місця в системі управління та забезпечення розвитку, його стимулюючої функції відносно здійснення інноваційної діяльності, взаємозв'язку між процесами використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства та процесами його розвитку, слід розглянути наявні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу.

У сучасній економічній літературі можна виділити наступні підходи до аналізу сутності інтелектуального капіталу: визначення інтелектуального капіталу шляхом розкриття його структури (інтелектуальний капітал як єдність людського і структурного капіталу, сума нематеріальних активів підприємства); визначення інтелектуального капіталу шляхом аналізу його мети, тієї конкретної ролі, яку він відіграє в процесі суспільного відтворення (інтелектуальний капітал як формалізований і зафіксований інтелектуальний матеріал, призначений для виробництва більш цінної власності; знання, що використовується для конкурентної переваги); визначення інтелектуального капіталу через встановлене розуміння сутності певних капіталовкладень (цінностей, ресурсів), що дозволяє отримувати дохід (інтелектуальний капітал як знання, здатний отримувати прибуток, бізнес-аналітику, здатний створювати нові цінності, генерувати дохід).

Основою інноваційного розвитку будь-якого підприємства є інтелектуальний капітал, що, на думку В.Л. Іноземцева, представляє собою інформацію й знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює наукові й повсякденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й організаційну структуру, інформаційні мережі та імідж підприємства [3, с. 16]. На думку Б.Б. Леонтєва, це вартість сукупності наявних у нього інтелектуальних активів, зокрема інтелектуальної власності, його природних і придбаних інтелектуальних здатностей і навичок, а також накопиченої ним бази знань і корисних відносин з іншими суб'єктами [5, с. 8]. Інтелектуальний капітал задає темп і характер оновлення технології виробництва і його продукції, які потім стають головною конкурентною перевагою на ринку.

Останнім часом у наукових дослідженнях з'явилося поняття креативних галузей, що перелітається з поняттями «креативний капітал» та «інтелектуальний капітал». На нашу думку, складовою частиною інтелектуального капіталу є і креативний капітал, який являє собою здатність працівника генерувати та втілювати на практиці креативні управлінські рішення. За дослідженнями Р. Кашинга, креативний капітал є імперативом створення конкурентних переваг та відправними точками економічного зростання [9, с. 116]. При цьому він має безпосереднє відношення до людського капіталу. Ці поняття доповнюють один одне і

можна їх поєднати, що буде формувати інтелектуально-креативний підхід до інноваційного управління підприємством як ключовий імператив. Інтелектуально-креативний капітал являє собою сукупність оригінальних здібностей, умінь, навичок, новітніх якостей, креативності, які спроможні створити концептуально нову нішу для задоволення потреб суспільства зі стійким ростом генерування інноваційних ідей та вмінням донести до розуміння людства корисність та ефективність їх застосування [4, с. 274].

Креація ідеї є відправною точкою створення інновації й інтуїтивне відчуття її значущості управліннями підприємства, швидке її втілення забезпечує успіх у цілому. Алан Іні (Alan Iny), старший спеціаліст з питань творчості та сценарного планування провідної міжнародної консалтингової компанії Boston Consulting Group, співавтор книги «Мислення у нових рамках: нова парадигма креативності у бізнесі» (2013 рік), наголошує, що «креативність означає зміну способу бачення світу, що може дати вам змогу побачити нові продукти, переосмислити бізнес-процеси або трансформувати цілу галузь» [6, с. 15]. Джон Као, провідний фахівець з інновацій, бізнес-творчості, організаційних перетворень і нових технологій (професор Гарвардської школи бізнесу, керівник програми «Управління інноваціями» Стенфордського університету), зазначає, що «перед сучасним бізнесом постають нові виклики – бізнес спрямований на пошук нових конкурентних інноваційно-креативних переваг» [6, с. 15].

У наш час більшість економістів-дослідників та бізнес-консультантів стверджують, що саме інноваційно-креативний напрям розвитку менеджменту компанії є запорукою за сучасних ринкових умов її конкурентоспроможності. Зокрема О. В. Вартанова відзначає: «В умовах інтелектуалізації капіталу особливу цінність для підприємства становлять так звані інноваційні працівники, до компетенцій яких належать творчі здібності, оригінальність ідей, креативність ... тому виникла специфічна галузь менеджменту – креативний менеджмент» [2, с. 31]. Інтегрування й узагальнення особливостей інтерпретації креативного менеджменту як складного механізму взаємодії керуючої та керованої систем для створення сприятливих умов і можливостей творчого розвитку й досягнення організацією ефективного результату та впливу на творчих працівників з метою генерування, пошуку, розвитку, поєднання комерційних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку та досягнення цілей і місії компанії, що засноване на сучасних технологіях управління творчістю та командної роботи, дозволяють визначити креативний менеджмент як особливу управлінську діяльність, яка спрямована на активізацію творчої діяльності працівників щодо генерування креативних ідей, їх оцінку та відбір з метою формування ефективних креативних рішень, реалізація яких забезпечить підприємству сталий інноваційний розвиток, конкурентоспроможність та здобування високих соціально-економічних результатів. Креативні управлінські рішення – це рішення у сфері управлінської діяльності, процес розробки яких відрізняється творчим характером, а результати мають позитивні наслідки для колективу підприємства, його партнерів (у тому числі споживачів) і суспільства в цілому [7, с. 123]. Креативний потенціал компанії – готовність компанії до прийняття і реалізації креативних управлінських рішень, що сприяють досягненню поставлених компанією цілей і формуванню унікальних конкурентних переваг за рахунок використання власних і додаткових ресурсів. Слід зазначити, що креативний потенціал компанії характеризується синергетичним ефектом від реалізації креативного потенціалу кожного із співробітників і залученням організаційно-економічного механізму розвитку потенціалу в цілому.

Невизначеність та швидкі зміни у зовнішньому середовищі підприємства потребують розробки інструментарію швидкого прийняття результативних управлінських рішень. Вибір найбільш результативних та актуальних (в нашому розумінні пріоритетних), на конкретний момент часу, управлінських рішень є важливим завданням стратегічного управління підприємством. Стратегія використання інтелектуально-креативного капіталу підприємства в інноваційній діяльності повинна бути чітким формулюванням плану дій, термінів та виконавців, що може стати для керівництва основою для створення конкретних наказів та розпоряджень, формування системи мотивації та відповідної організаційної структури підприємства. Відповідно до цілей загальної стратегії підприємства, стратегія управління інтелектуально-креативним капіталом підприємства повинна: визначати вимоги для прийому на роботу відповідно до необхідних компетенцій, які визначаються загальною та інноваційною стратегією підприємства; задавати плани навчання та підвищення кваліфікації, розширення компетентностей, що повинне сприяти організації оновлення інтелектуального капіталу підприємства. Своєчасне оновлення інтелектуального капіталу підприємства є однією з основних цілей стратегії управління інтелектуально-креативним капіталом підприємства, яку можна розкласти на три часткові підцілі: накопичення інтелектуального капіталу підприємства; раціоналізація вкладень в інтелектуальний капітал підприємства; забезпечення результативної мотивації персоналу до творчої праці. Отже, використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства є багатограним завданням, яке пересікається зі значним колом питань управління персоналом, стратегічного управління, мотивації персоналу.

У процесі розробки і реалізації управлінських інновацій застосовуються різні методи і засоби. Крім методів підготовки проекту змін та впровадження, необхідно приділяти належну увагу організації роботи з управління процесом впровадження інновацій. Ця робота повинна будуватися із застосуванням наукових методів, які довели свою ефективність в подібних ситуаціях. При проведенні аналізу використання інтелектуально-креативного капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства доцільно застосовувати інструменти стратегічного менеджменту та стратегічного аналізу, в тому числі, – матричний метод. Аналіз результативності використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною

діяльністю підприємства із застосуванням матриць стратегічного аналізу дає змогу ідентифікувати позицію підприємства в координатах матриці («ініціативність-активність», «ініціативність-соціальна згуртованість», «активність-соціальна згуртованість») та визначати відповідні типові пріоритетні управлінські рішення.

Розроблення та впровадження у виробництво ідей-інновацій має низку проблем та вимагає змін у сприйнятті проблеми всіма рівнями управлінського апарату підприємства. Керівний персонал органу управління повинен бути достатньо компетентним, щоб розуміти необхідність і заохочувати застосування управлінських інновацій. Необхідність впровадження управлінських інновацій обумовлена створенням на підприємствах адаптованого організаційно-економічного механізму, орієнтованого на розробку і модернізацію перспективної, конкурентоспроможної продукції та технологій, перебудову організаційно-планової підготовки виробництва, підвищення рівня автоматизації проектування, зміну стилю управління комунікаційною та ціновою політикою.

Висновки. Отже, в умовах глобалізації та інформаційного суспільства інтелектуально-креативний капітал об'єктивно стає ключовим імперативом конкурентних переваг, які орієнтовані на створення цінності інноваційного продукту, отримання високих результатів від інноваційної діяльності у довготривалій перспективі й забезпечення можливостей для розвитку підприємства.

Література

1. Беккер Г. С. Воздействие инвестиций в человеческий капитал на заработки / Г. С. Беккер // Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / под ред. Р. И. Капелюшника. – М.: ГУ ВШЭ. – 2003. – 436 с.
2. Вартанова О.В. Креативний менеджмент як підгрунтя розвитку креативних працівників підприємства / О.В. Вартанова, І.В. Шестер // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 30–34.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia; Наука, 1988. – 640 с.
4. Легомінова С.В. Інструментарій оцінки інтелектуального капіталу підприємств як ключового імперативу їх конкурентних переваг / С.В. Легомінова // 36. наук. праць Мукачевського державного університету. Серія «Економіка та суспільство». – Видавництво МДУ, 2017. – Вип. 11. – С. 270–276.
5. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б.Б. Леонтьев. – М.: Акционер, 2002. – 200 с.
6. Лук'яненко Д.Г. Феномен креатизації глобальної економіки і менеджменту / Д.Г. Лук'яненко, Т.О. Галахова // Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід. – 2016. – № 23. – Ч. 3. – С. 12–21.
7. Савченко О. І. Креативний менеджмент как основа бизнес-творчества инновационных компаний [Електронний ресурс] / О. І. Савченко. – 2012. – С. 117–125. – Режим доступу : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/7237/1/vestnik_HPI_2012_16_Savchenko_Kreativnyy.pdf
8. Эшби У. Р. Введение в кибернетику / У. Р. Эшби. – М.: Ком-Книга, 2006. – 452 с.
9. Robert Cushing «Creative Capital, Diversity and Urban Growth» unpublished manuscript, Austin, Texas, December 2001.

References

1. Bekker G. S. Vozdejstvie investicij v chelovecheskij kapital na zarabotki / G. S. Bekker // Chelovecheskoe povedenie: ekonomicheskij podhod. Izbrannye trudy po ekonomicheskoi teorii / pod red. R. I. Kapelyushnikova. – M.: GU VShE. – 2003. – 436 s.
2. Vartanova O.V. Kreativnij menedzhment yak pidgruntya rozvitku kreativnih pracivnikiv pidpriemstva / O.V. Vartanova, I.V. Shester // Socialno-trudovi vidnosini: teoriya ta praktika. – 2013. – № 2. – S. 30–34.
3. Inozemcev V.L. Za predelami ekonomicheskogo obshstva. Postindustrialnye teorii i postekonomicheskie tendencii v sovremennom mire / V.L. Inozemcev. – M.: Academia; Nauka, 1988. – 640 s.
4. Lehominova S.V. Instrumentarii otsinky intelektualnogo kapitalu pidpriemstv yak kliuchovoho imperatyvu yikh konkurentnykh perevah / S.V. Lehominova // Zb. nauk. prats Mukachevskoho derzhavnogo universytetu. Serii «Ekonomika ta suspilstvo». – Vydavnytstvo MDU, 2017. – Vyp. 11. – S. 270–276.
5. Leontev B.B. Cena intellekta. Intellektualnyj kapital v rossijskom biznese / B.B. Leontev. – M.: Akcioner, 2002. – 200 s.
6. Lukianenko D.H. Fenomen kreatyzatsii hlobalnoi ekonomiky i menedzhmentu / D.H. Lukianenko, T.O. Halakhova // Zovnishnia polityka i diplomatiia: tradytsii, trendy, dosvid. – 2016. – № 23. – Ch. 3. – S. 12–21.
7. Savchenko O. I. Kreativnij menedzhment kak osnova biznes-tvorchestva innovacionnyh kompanij [Elektronnij resurs] / O. I. Savchenko. – 2012. – S. 117–125. – Rezhim dostupu : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/7237/1/vestnik_HPI_2012_16_Savchenko_Kreativnyy.pdf
8. Eshbi U. R. Vvedenie v kibernetiku / U. R. Eshbi. – M.: Kom-Kniga, 2006. – 452 s.
9. Robert Cushing «Creative Capital, Diversity and Urban Growth» / unpublished manuscript, Austin, Texas, December 2001.

Надійшла / Paper received: 13.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

УДК 330.161:330.342.24

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-15

ДЕЙНЕКО Л. В., ЦИПЛІЦЬКА О. О.

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

У статті розкрито сутність модернізації у промисловому секторі та розглянуто зміст інтересів суб'єктів цього процесу. Визначено, що ці інтереси є об'єктивно суперечливими, а їх неузгодженість негативно позначається на розвитку внутрішнього ринку промислового виробництва та на позиціях держави в міжнародних економічних відносинах. Запропоновано способи конвергенції економічних інтересів міжнародних інституцій, національних та регіональних органів влади, підприємств промисловості, найманих працівників, серед яких створення інститутів розвитку, реалізація спільних проєктів в сфері промислових інновацій, підготовки фахівців із навичками для впровадження технологій Індустрії 4.0 тощо.

Ключові слова: національні та регіональні економічні інтереси; корпоративні економічні інтереси; модернізація; промисловий сектор; мотиваційний механізм.

DEINEKO L., TSYPLITSKA O.

State Organization "Institute for Economics and Forecasting of NAS of Ukraine"

MODERNIZATION OF INDUSTRIAL SECTOR THROUGH THE PRISM OF ECONOMIC INTERESTS

The purpose of the study is to figure out the determinants affecting the economic interests of different groups in industrial sector modernization and arrangements of their reconciliation as a basis for development of industrial modernization effective policy. The contradiction in economic interests concerning industrial sector modernization is considered as an objective phenomenon and the core obstacle of slow transformations in technological and structural development in mining industry and manufacturing. There is a wide range of motivation for updating the industrial sector: for enterprises it is the market competition, as well as disproportions in volumes of resources and production possibilities; for the public authorities it is the level of employment, economic restructuring, exports expansion, and taxes; for employees it is reduced working hours and better working conditions etc. In Ukraine, these stimuli cannot be completely implemented due to weak institutional development and strong motivation in some opportunistic behavior.

Thus, the sustainability of relations performed by indicators of depth of integration and frequency of transactions between the stakeholders of modernization process in industrial sector is determined as a basis for interests' agreement. Ways of harmonization and convergence of economic interests for international institutions supporting Ukrainian economic development, for national and regional authorities, industrial enterprises, and employees are developed in the study. They include development institutions like state governed development banks for large-scale projects, cooperation in research and development projects, and in human resources development projects for updating the skills of workers to meet the requirements of Industry 4.0.

Keywords: national and regional interests; corporate economic interests; modernization; industrial sector; motivational mechanism

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність модернізації промислового сектору як ключової ланки економічної системи зумовлюється його стійкістю до екзогенних та ендемогенних шоків, а також невинним науково-технічним прогресом та його єдністю із економічним прогресом у глобалізованому світі. Однак більшість країн світу, незважаючи на реформи, так і не змогли в повній мірі зреалізувати модернізаційні проєкти в економіці країни та промисловості. Причиною цього все частіше називаються інституційні чинники, такі як суспільні цінності, традиції, історично укорінені правові норми та національна культура. Вони лежать в основі формування приватних та суспільних інтересів та їх внутрішньої диференціації. Звідси виникають «розриви» у організаційно-економічних та інституційних механізмах модернізації. Серед них розірваність ланцюга «інновації – інвестиції» в Україні [1, с. 103], порушення принципів меритократії в корпоративному та державному управлінні, труднощі реалізації інфраструктурних проєктів внаслідок жорстких бюджетних обмежень тощо. Отже, в ході вибору курсу державної промислової політики та вибудовуванні логіки реалізації інструментів та важелів для модернізації промислового сектору економічні інтереси є визначальними. Необхідність аналізу змісту цих економічних інтересів, причини їх розбіжностей і протиріччя, пошук способів узгодження обумовлюють актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Питання формування та реалізації економічних інтересів міжнародного, національного, регіонального та мікрорівня розкривалося в роботах таких українських та зарубіжних вчених, як А. Амоша [2], Т. Артьомова [3], А. Глінчікова [4], А. Гриценко [5], Г. Клейнер [6], У. Мюкенбергер [7], Т. Пітерс [8], В. Сизоненко, С. Циганов [1], М. Устименко [9] та ін. Їх роботи стосуються філософсько-теоретичних та практичних аспектів формування та реалізації економічних інтересів, зокрема через систему розподільчих відносин, значна роль приділяється економічним інтересам держави.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість праць, в яких розглянуто політекономічний контекст формування та реалізації національних та корпоративних інтересів, досліджень, які охоплюють всю повноту економічних інтересів щодо промислової модернізації в національній економіці небагато, і вони розглядають лише деякі аспекти проблеми.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення чинників формування інтересів різних суб'єктів модернізаційного процесу у промисловому секторі та способів їх узгодження, що стануть основою для розробки дієвої політики промислової модернізації.

Виклад основного матеріалу. Економічний інтерес являє собою стійке прагнення суб'єкта економічних відносин до покращення свого економічного становища. Водночас, модернізація промислового сектору апіорі не є благом для усіх в економіці, що породжує суперечності економічних інтересів у суспільстві, які мають об'єктивний характер (наприклад в автоматизації процесів виробництва більш зацікавлений власник бізнесу, тоді як для працівників – це загроза скорочення робочих місць). В Україні, де переважає приватний інтерес над суспільним, ці суперечності загострюються. Відповідно, й ефекти від модернізації промислового сектору мають слабкі прояви. Окремі галузі чи підприємства поступово модернізуються, але сукупний ефект є невисоким порівняно з країнами, які активно розвивають промисловий сектор. Так, у 2019 році темпи приросту ВВП добувної та переробної промисловості України відповідно склали $-1,5\%$ та $1,0\%$; у 2018 р. відповідно $2,5\%$ та $1,1\%$ [10]. Відбулося зростання загального експорту добувної та переробної промисловості у 2018 році – на 25% номінально, що свідчить про звузнення внутрішнього ринку для вітчизняних виробників; високотехнологічний експорт зріс лише на 1% (з $3,2$ до $4,2\%$). Натомість у Польщі зростання переробного сектору у 2018 році склало $5,4\%$, Південній Кореї становило $3,4\%$, по країнах ЄС сукупно – $2,2\%$, а по світу в цілому – $3,8\%$ (дані 2017 р.) [11].

Економічні інтереси, як правило, пов'язуються із певними історичними та економічними умовами, а також залежать від можливостей технологічного розвитку конкретних суб'єктів, тому їх реалізація завжди конкретна. Об'єктивним фактором інтересу є загальний стан соціально-економічної системи, суб'єктивним фактором виступає економічний стан суб'єкта, внутрішні умови господарської діяльності, корпоративна політика щодо розподілу прибутку, стратегія розвитку тощо. В Україні економічний інтерес до структурно-технологічної модернізації промисловості є слабким і пов'язаний із проблемою становлення ефективного власника. Таким вважають «відповідальний господарський суб'єкт, що відрізняється інноваційною поведінкою, впроваджує на підприємстві ефективну систему корпоративного управління і високу корпоративну культуру, яка дозволяє об'єднати інтереси найманого працівника, корпорації і суспільства: сприяє глибокій реструктуризації виробництва, соціалізації економічних відносин, підвищенню конкурентоспроможності національної економіки» [3, с. 55]. Тож інтерес до модернізації реалізується, в першу чергу, на мікрорівні і обумовлений мотиваційними важелями промислових підприємств, їх інтеграційних об'єднань (асоціацій, мережевих інституцій тощо) та організацій, що становлять екосистему промисловості (профспілки, університети та інші). Безпосереднім мотивом модернізації слугує невідповідність між обсягами ресурсів та рівнем можливостей фірми [6, с. 19]. Зростання обсягів виробництва обумовлює підвищення потенціалу фірми, а останній, в свою чергу, спонукає до збільшення обсягів виробництва. Для розв'язання цієї «спіралі» необхідна модернізація, яка забезпечує певну рівновагу між обома процесами.

Потужним стимулом для модернізації виступає конкуренція, яка спонукає підприємства удосконалити продукт, технології та організацію виробництва, щоб відповідати на виклики ринку. Промислові підприємства в термінах неокласичної теорії фірми із припущенням про раціональне прагнення максимізації прибутку, по суті, не мали б бути зацікавленими у вивільненні ресурсів компанії, що можуть бути вкладені в технологічне оновлення виробництва, організаційні інновації тощо [6, с. 15]. Т. Пітерс, Р. Уотермен [8] так само вказують, що керування кількісними параметрами бізнесу при прийнятті рішень не тягне за собою нічого, крім скорочення витрат, а від цього страждає якість та розвиток бізнесу. Разом з тим, детальний аналіз конкуренції в роботах М. Портера [12] продемонстрували, що загрози появи нових гравців та товарів-замінників, ринкова влада покупців та постачальників з часом змушують корпорації пристосовуватися до ринкових умов у довгостроковому періоді, зберігати свою прибутковість та підвищувати конкурентоспроможність, у тому числі за рахунок нових технологій та інновацій. Стратегічне управління в цьому випадку перетворює промисловість на проактивну систему для досягнення віддалених цілей, пов'язаних із зростанням доходу в майбутньому та зміцненням конкурентних позицій на ринку. Звідси важливим елементом корпоративного управління стає формування інституту корпоративної культури, яка б відповідала цим завданням та формувала відповідні цінності й мотиваційний механізм.

За опитуванням КPMG у 2015 році [13] 386 промислових підприємств різних країн світу із шести галузей – аерокосмічної та оборонної промисловості, автомобільного виробництва, виробників медичного обладнання, машинобудування та металургії, було виявлено, що половина виробників орієнтована на інновації та підвищення ефективності й цінності ДіР; 41% знаходиться в активному пошуку проривних технологій; понад 75% респондентів вважають партнерство з іншими виробниками основою для впровадження інновацій в їхній компанії.

Слід також розрізняти зміст та форми реалізації інтересів суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва. Функціональне представництво інтересів великих промислових підприємств в уряді торкається трудових інтересів та відносин розподілу. Організаційними формами таких представництв служать комітети та дорадчі органи при органах виконавчої влади як на загальнодержавному рівні, так і на регіональному й місцевому рівнях. Захист неформальних інтересів представлений інститутом лобіювання. Наслідком активного захисту своїх позицій великою промисловістю часто є монополізація внутрішніх ринків, що також обумовлюється початково слабкою конкуренцією в економіках з невеликим внутрішнім ринком. Україна за показником внутрішньої конкуренції у 2019 році займала 90 місце у світі (для

порівняння Польща займала 47 місце), у тому числі за рівнем викривлення конкуренції податками та субсидіями – 104 місце та ступенем ринкового домінування – 89 місце [14].

Малі та середні промислові підприємства переслідують передусім не інтереси великого капіталу, а спільні інтереси власників і трудового колективу. Виробничі функції тут реалізують переважно за рахунок активізації праці трудового колективу, що не характерно для великих підприємств, в яких «довгострокові інтереси <...> нерідко придушені короткостроковими, центр тяжіння владних повноважень зміщений в бік директорів підприємств, взаємна та зовнішня відповідальність служб та учасників за діяльністю підприємств розпорошена і не знаходить відповідного персонального вираження» [2, с. 114]. А недостатнє представлення колективу в структурі управління підприємством актуалізує необхідність створення стимулів для консолідації інтересів колективу. В свою чергу можливість більш повної інклюзії у процеси керування виробництвом дозволяє більш творчо реалізуватися та орієнтуватися на організаційні та продуктові інновації. Такі підприємства є менш капіталомісткими і тому можуть гнучкіше реагувати на технологічні зміни.

Інтереси трудового колективу зазвичай представляють профспілки. Наприклад, у Польщі саме їх активність спільно з радами робітників стала одним з визначальних чинників промислової модернізації [15]. Профспілки стали зв'язуючим елементом між державою, працівниками та промисловими підприємствами і змогли захистити інтереси найманих робітників металургії, добувної промисловості, сфери залізничного сполучення. В Україні ж інституційна спроможність профспілок промисловості є значно нижчою, ніж у Польщі та інших розвинених країнах. Попри наявність спільного представницького органу – Федерації професійних спілок в Україні, створеного для об'єднання і, відповідно, посилення їх впливу, за ступенем взаємодії робітників з роботодавцями Україна у 2019 р. займала лише 88 місце (для порівняння – 125 місце у 2013 р.).

Водночас, слід взяти до уваги сучасну тенденцію до зміни пріоритетів профспілок із захисту економічних до захисту інших – соціально-трудова, культурних, кар'єрних, екологічних інтересів, на що, зокрема, вказують Мюкенбергер У., Стрех К та Золь Р. [7]. Соціокультурні зміни ведуть до дезінтеграції соціальної основи профспілкової солідарності, тому серед членів профспілок відбуваються постійні процеси відчуження. Домінування інтересів у матеріальному добробуті перед лицем екологічної кризи поступається домінуванню неекономічних інтересів – у покращенні умов праці та скороченні робочого часу, екологічній зацікавленості в підтримці базових структур життєзабезпечення та підвищенні якості колективних благ. Держава за допомогою примусу зводить інтереси підприємств так само в це русло, а детермінантою конвергенції інтересів держави, промислового сектору та найманих працівників та їх представницьких органів може стати спільне нагальне завдання – підготовка кадрів для промисловості із необхідними ринку сучасними цифровими, соціальними та професійними навичками, в яких промисловість відчуває величезний дефіцит [16, с. 77–78]. Такі напрями модернізації як автоматизація, використання штучного інтелекту, ресурсоефективна економіка змінюють структуру ринку праці та спрямовані на скорочення фахівців одних спеціальностей та на збільшення попиту на інші. Для порівняння наведемо структуру вакансій за професійними групами в Україні у 2009 та 2018 роках, а також Нідерландів у 2007 році (табл. 1). Нідерланди є однією з інноваційно розвинених країн та за цим показником входять до десятки лідерів.

Таблиця 1

Структура вакансій в Україні та Нідерландах за професійними групами

Професійні групи	Частка професійної групи у загальній кількості вакансій, %		
	Україна		Нідерланди
	2009	2018	2007
Усього	100,0	100,0	100,0
у т.ч.: законодавці, вищі державні службовці, менеджери	7,7	5,8	4,0
– професіонали	12,0	10,6	15,6
– фахівці	13,3	10,6	19,2
– кваліфіковані робітники з інструментом	22,1	23,6	13,8
– робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин	15,8	16,8	7,1
– найпростіші професії	14,9	12,7	11,5
– інші	14,3	19,9	28,8

Джерело: [10; 17]

В Україні за 2009–2018 рр. структура запитів ринку на різні професії змінилася в бік зростання попиту на кваліфікованих робітників, робітників з інструментом та інших професійних груп; а також зменшення потреби у робітниках вищої кваліфікації – менеджерах, професіоналах та фахівцях. В свою чергу, у Нідерландах спостерігається переважання потреб у професіоналах, фахівцях та технічних службовцях за рахунок майже вдвічі нижчої потреби у робочих професіях. Це пов'язано із високотехнологічним рівнем виробництва, в якому додана вартість створюється переважно інтелектуальною працею, що потребує креативного та інженерного мислення.

Іншою стороною виступають інтереси держав, які мають партнерські відносини з країною, міжнародних фінансових інституцій, які здійснюють боргове фінансування та фінансування різноманітних проєктів всередині країни інвестиційного характеру, та інтереси, обумовлені міжнародними торговельними та іншими угодами. Їхнє бачення та позиціонування країни у системі міжнародних економічних (і політичних) відносин створює ідеологічну основу, на якій такі відносини вибудовуються та відповідні

важелі впливу застосовуються. Так, збільшення експорту з України в ЄС у 2017 році відбувалося переважно за рахунок продукції із низькою доданою вартістю (сировини та напівфабрикатів), а саме продукції агропромислового комплексу та харчової промисловості, металургійного комплексу, мінеральних продуктів, деревини та паперової маси тощо. Хоча поряд із ними вагоме місце займала продукція машинобудування. Це відповідає сировинній моделі економіки, яка підтримується зацікавленими у цій продукції споживачами на світовому ринку. Глибинні причини повільних зрушень у структурі національного промислового виробництва в бік високотехнологічних видів діяльності полягають в культурно-ціннісних підвалинах суспільного розвитку. Втручання у внутрішню державну політику іноземних держав, міжнародних організацій, насильницький спосіб «прищеплення» ними нових корисних цінностей у суспільстві, не готовому йти шляхом розвитку, аналогічним розвиненим країнам, спричиняє поступове підкорення його соціально-економічного життя не внутрішнім інтересам держави, а зовнішнім.

Готовність українського промислового сектору до просування на вищі ланки ланцюгів доданої вартості залежить від удосконалення правового поля його діяльності, зокрема, в царині технічного регулювання промислового виробництва. Це стосується національних економічних інтересів, що репрезентують сукупність об'єктивних економічних потреб незалежної країни, задоволення яких забезпечує ефективне функціонування та сталий розвиток її економічної системи [9, с. 40], і суб'єктом яких виступає держава. Так, в рамках Угоди про асоціацію України та ЄС ведеться підготовка до укладання Угоди АСАА, яка зніме технічні бар'єри при експорті промислової продукції. Крім того, в Україні вже прийнято понад 6 тис. різних стандартів, гармонізованих із європейським та міжнародним законодавством та декілька десятків технічних регламентів, прийнятих на основі директив ЄС. Одним з останніх став Закон України «Про надання будівельної продукції на ринку» (від 02.09.2020 р. № 850-IX), який відповідає Регламенту ЄС 305/2011 та регулює якість і безпечність будівельних матеріалів вітчизняного виробництва. Слід зазначити, що з боку промислового сектору існує потреба у прискоренні законодавчих зсувів, оскільки вихід на європейські ринки дозволить з часом нівелювати втрату ринків Росії та розширити обсяги виробництва, а значить, є зацікавленість і в модернізації виробництва, яке має відповідати новим техніко-технологічним параметрам. Фактично Україна може самостійно просувати свої економічні інтереси, укріплюючи міжнародні економічні позиції, забезпечивши цей процес інституційно. Однак держава як зацікавлений суб'єкт не завжди реалізує свій інтерес в повній мірі, оскільки рішення можуть прийматися внаслідок недостатнього розуміння сутності процесів промислового розвитку, особистої зацікавленості владних осіб тощо [5, с. 13]. Реалізація цих інтересів можлива за умови поступового зниження залежності країни від зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних чинників; наявності політичного істеблiшменту, який є носієм відповідної ідеології державної економічної політики; вивільнення ресурсів на здійснення визаних перетворень. Проте повільний поступ у прийнятті рішень парламентом навіть за наявності запиту з боку промислового сектору стримує промислово модернізацію.

Регіональні органи влади в контексті реформи децентралізації отримали більше фінансових та адміністративних важелів управління розвитком територій, а об'єднані територіальні громади – земельні ресурсу та важелі впливу на виробників, що здійснюють господарську діяльність на їх територіях. Регіони із структурою економіки, в якій переважають стійкі до криз види промислової діяльності – харчова промисловість, енергетика та видобування корисних копалин, галузі хімічної та легкої промисловості, що виробляють продукцію першої необхідності та товари повсякденного попиту, фармацевтична промисловість; а також інші «полюси зростання», якими можуть бути підприємства, що виготовляють продукцію IV та вищих технологічних укладів, мають, як правило, вищий ВРП на одну особу та кращі соціальні стандарти життя. Тож регіональні органи влади зацікавлені в промисловому розвитку та модернізації, оскільки промисловість забезпечує стабільні податкові надходження до місцевих бюджетів, вищий рівень зайнятості, благоустрою та соціального добробуту.

Інтерес розглянутих зацікавлених сторін може посилюватися під впливом циклічних коливань в економіці. Фаза економічного спаду долається за допомогою реформ, інновацій та революцій як найбільш гострою та руйнівною формою трансформацій. Інновації є найбільш адаптивною формою перетворень, що переводять соціально-економічну систему на новий рівень. Впровадження інноваційних рішень у промислове виробництво дозволяє швидше пристосовуватися до нових ринкових умов. З цього погляду можна говорити про інноваційні цикли [18]. Модернізація з огляду на інноваційні цикли може мати покращувальний характер, коли відбувається зміна моделей техніки та модифікація технологій (3–4 роки); базисний та покращувальний характер, коли відбувається зміна поколінь техніки та технологій (9–11 років); базисний характер, коли має місце зміна переважаючих технологічних укладів (45–55 років); епохальний та базисний характер, коли відбувається зміна технологічних способів виробництва (2–3 століття). Динаміка інноваційного циклу обумовлює і характер інвестиційного процесу у промисловості. Вкладення в оновлення технологій відбуватиметься наприкінці спаду і на початку фази поживлення, оскільки для окупності інвестицій потрібен час та сприятлива ринкова кон'юнктура. Натомість на фазі скорочення уповільнюється комерціалізація інновацій, зменшуються капітальні інвестиції в оновлення технологій. Циклічність економіки створює також і поштовхи до структурних зрушень у промисловому секторі, в результаті яких відбувається перерозподіл обмежених ресурсів між галузями промисловості та встановлення нових економічних пропорцій.

Враховуючи конфліктність інтересів зазначених груп, інституціональні механізми мають бути спроектовані таким чином, щоб ці конфлікти розв'язати або пом'якшити. Це завдання вирішується за допомогою інструментарію теорії контрактів. В таблиці 2 наведено зміст розходження економічних інтересів до модернізації промислового сектору.

**Розбіжність в економічних інтересах суб'єктів модернізаційного процесу
у промисловому секторі**

Носій інтересу	Суперечності з інтересами інших суб'єктів
Міжнародні інституції	Збереження статус-кво в окремих питаннях (державні дотації та субсидії, податкові пільги, преференції в державних закупівлях, демпінг тощо); міжнародна технічна допомога
Держава	Ухилення від сплати податків, заниження податкової бази; низька інвестиційна активність; скорочення робочих місць; запит на податкові пільги та інші преференції; міжнародна технічна допомога
Суспільство	Ухилення від сплати податків, навмисне скорочення податкової бази; скорочення кількості зайнятих; забруднення довкілля
Інвестори	Потреба у реінвестуванні прибутку у виробництво; збільшення терміну окупності інвестицій внаслідок модернізації виробництва
Власники, акціонери	Виведення з експлуатації зношених основних засобів; інвестиції в новітні технології; збереження робочих місць; підвищення матеріальної винагороди кваліфікованому персоналу
Менеджери компаній	Скорочення матеріальної винагороди за результатами діяльності; зміна бізнес-моделей господарської діяльності; нові компетенції та навички
Наймані працівники	Зменшення робочих місць; підвищення рівня знань та навичок, цифрові компетенції
Страхові компанії	Прагнення скоротити страхові ризики, зменшити виплати зі страхування матеріальних активів
Банківські установи	Запит на доступні кредити; реструктуризація боргів

Джерело: складено авторами

З метою подолання зазначених суперечностей держава має сформувати промислову політику та відповідні їй інститути таким чином, щоб підтримувати модернізацію промисловості в цілому, а не лише монополізовані сектори. Одним з інструментів такої політики можуть стати засоби інтеграції промислового та банківського капіталу. Досвід доводить, що такі інструменти, як пільгові кредити для цілей техніко-технологічної модернізації промислових підприємств або компенсація частини відсоткової ставки є недостатніми, а існуюча політика інвестування банківських установ є несприятливою для отримання недорогих фінансових ресурсів промисловими підприємствами: за період 2014–2019 рр. середня рентабельність операційної діяльності промислових підприємств становила не більше 7 % (у великих підприємств найбільше 10,1 % у 2017 р., у середніх 3,2 % у 2017 році, а у малих 4,5 % у 2018 р.), при цьому середньорічні відсоткові ставки за кредитами корпоративному сектору коливалися в межах 12,7–16,3 % [10; 17]. Перевищення вартості кредитів над рівнем рентабельності операційної діяльності промислових підприємств, особливо малих та середніх, не дозволяє розглядати ординарні банківські кредити як джерело фінансування модернізації. Тож мова має йти про розгортання діяльності Експортно-кредитного агентства, а також створення інших інститутів розвитку, зокрема, державних банків розвитку. Прикладом виступає Європейський інвестиційний банк, який фінансує великі проекти модернізації промислових підприємств в контексті впровадження «зелених» технологій виробництва, технологій Індустрії 4.0 тощо.

Крім того, мають бути задіяні інституційні шляхи подолання цих суперечностей, спрямовані на забезпечення сталості відносин між усіма зацікавленими особами. Визначниками сталості зв'язків можуть служити такі кількісні індикатори, як:

1) пов'язаність зацікавлених сторін та результатів їх діяльності. Чим більш інтегрованими є контрагенти (малі та великі промислові підприємства; малі підприємства та держава; великі промислові підприємства та регіональні органи влади тощо), тим більша встановлюється взаємна зацікавленість у прискоренні модернізації, а технологічні рішення є результатом гармонізації та узгодження поглядів сторін;

2) частота актів взаємодії контрагентів протягом декількох послідовних періодів. Чим частіше взаємодіють контрагенти, тим більший рівень довіри та зацікавленість в узгодженні результатів такої взаємодії виникає у сторін.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Перешкоди для промислової модернізації в Україні полягають не лише у загальній стагнації промислового сектору, у скороченні іноземних інвестицій в економіку, скороченні прямої та непрямої державної підтримки, а більше у суперечливості інтересів держави, представників промислового сектору, робітників тощо, які лежать в їх основі. Суперечності виникають також в ході опортуністичної поведінки у вигляді прагнення підприємств скорочувати податкові виплати, держави – зменшувати кількість фінансованих програм для промисловості з метою перерозподілу коштів на соціальні цілі, які виявляються більш важливими для виборів, працівників – не витрачати зусиль та ресурсів на перенавчання та підвищення кваліфікації тощо.

Разом з тим, у кожній стороні є підстави для зацікавленості в процесі модернізації: для найманих працівників це полегшення фізичної праці, покращення якості робочого середовища, його екологічних параметрів, скорочення робочого часу; для корпоративного сектору – зменшення витрат за рахунок покращення технологій, збільшення інноваційної складової виробництва та якості продукції для виходу на нові ринки; для регіонів за результатами реформи децентралізації це стала база податкових надходжень; для

держави – забезпечення робочих місць, підвищення показників промислового виробництва та економічного зростання, вихід на нові зарубіжні ринки тощо.

Враховуючи якісні характеристики формування економічних інтересів різних сторін модернізаційного процесу у промисловості, можна констатувати, що їх узгодження відбудеться за умови поглиблення відносин між сторонами, підвищення взаємної залученості у процеси прийняття рішень, політичну та господарську взаємодію. Це забезпечить і створення підґрунтя для сполучення приватного й суспільного інтересів. Позитивними прикладами з інших країн є реалізація інноваційних проєктів, створення державою центрів трансферу технологій, сприяння створенню цифрових платформ, дорадчих органів тощо. Інтеграційними факторами виступають також інститути розвитку, які можуть узгоджувати інтереси промислового та фінансового капіталу, інтереси державні та корпоративні, а також спільне для сторін проєктування промислової екосистеми, зокрема, в частині забезпечення людським капіталом тощо. Крім того, мають бути розроблені механізми співрозвитку як держави, суспільства, так і промислового сектору, що забезпечить синхронізацію економічних інтересів та їх конвергенцію.

Література

1. Циганов С.А. Інноваційна модернізація економіки як основа реалізації національних економічних інтересів / С.А. Циганов, В.О. Сизоненко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій». – 2015. – № 23. Вип. 4. – С. 101–108.
2. Амоша А.І. Стратегія совершенствования хозяйственного механизма в промышленности Украины / А.І. Амоша // Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск. – 2001. – № 2(7). – С. 112–118.
3. Артёмова Т.І. Становлення публічного сектора економіки: закономірності та глобальні виклики / Т.І. Артёмова // Модернізація управління національною економікою : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (24-25 лист. 2016 р.). – К. : КНЕУ, 2016. – С. 52–57.
4. Глинчикова А.Г. Модернизация, традиция и эволюция частного интереса / А.Г. Глинчикова // Политико-философский ежегодник. – 2011. – № 4. – С. 155–180.
5. Гриценко А.А. Економіка України на шляху до інклюзивного розвитку / А.А. Гриценко // Економіка і прогнозування. – 2016. – № 2. – С. 9–23.
6. Клейнер Г.Б. Системная модернизация отечественных предприятий: теоретическое обоснование, мотивы, принципы / Г.Б. Клейнер // Экономика региона. – 2017. – Т. 13, вып. 1. – С. 13–24.
7. Mückenberger U., Stroh C., Zoll R. The challenge of modernisation: towards a new paradigm for trade unions in Europe? Transfer, 1995. No. 1-1, P. 14–30
8. Peters J. T., Waterman H. R. Jr. In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies. Profile Books, 2015, 400 p.
9. Устименко М.В. Система економічних інтересів учасників міжнародних інноваційних кластерів / М.В. Устименко // Економіка, фінанси, право. – 2015. – № 9/1. – С. 39–46
10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. The World Bank. Manufacturing value added (annual % growth). 2020. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.IND.MANF.KD.ZG?end=2018&start=1961>
12. Porter M. On Competition. Boston, Harvard Business Review Press. 2008. 576 p.
13. KPMG. Перспективы мирового промышленного сектора. Боевая готовность номер один: промышленный сектор готовится к трансформации. 2015. 36 с. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/08/S_GMO_2r.pdf (дата звернення 14.04.2020)
14. WEF. The Global Competitiveness Report 2019. Insight Report. Ed. by K. Schwab. Geneva, 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
15. Цицільська О.О. Модель промислової політики Польщі: уроки для України / О.О. Цицільська // Наукові праці : наук. журн. Серія «Економіка». – 2018. – Т. 312, Вип. 300. – С. 35–39.
16. Дейнеко Л.В. та ін. Промислова політика як ключовий інструмент стратегії розвитку : науково-аналітична доповідь / за ред. Дейнеко Л.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». – К., 2019. – 142 с. – URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf>
17. Дані статистики фінансового сектору. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>
18. Лоскутова М.В. К вопросу о цикличности инновационного развития экономики / М.В. Лоскутова // Вестник ТГУ. – 2009. – Вып. 8 (76). – С. 31–37.

References

1. Tsyhanov S.A. Innovatsiina modernizatsiia ekonomiky yak osnova realizatsii natsionalnykh ekonomichnykh interesiv / S.A. Tsyhanov, V.O. Syzonenko // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya «Menedzhment innovatsii». – 2015. – № 23. Vyp. 4. – S. 101–108.
2. Amosha A.I. Strategiya sovershenstvovaniya hozyajstvennogo mehanizma v promyshlennosti Ukrainy / A.I. Amosha // Ekonomicheskaya nauka sovremennoj Rossii. Ekspres-vypusk. – 2001. – № 2(7). – S. 112–118.
3. Artomova T.I. Stanovlennia publichnogo sektora ekonomiky: zakonimosti ta hlobalni vyklyky / T.I. Artomova // Modernizatsiia upravlinnia natsionalnoiu ekonomikoju : materialy IV Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (24-25 lyst. 2016 r.). – K. : KNEU, 2016. – S. 52–57.
4. Glinchikova A.G. Modernizaciya, tradiciya i evolyuciya chastnogo interesa / A.G. Glinchikova // Politiko-filosofskij ezhegodnik. – 2011. – № 4. – S. 155–180.
5. Hrytsenko A.A. Ekonomika Ukrainy na shliakhu do inkluzyvnoho rozvytku / A.A. Hrytsenko // Ekonomika i prohnozuvannia. – 2016. – № 2. – S. 9–23.
6. Klejner G.B. Sistemnaya modernizaciya otechestvennyh predpriyatij: teoreticheskoe obosnovanie, motivy, principy / G.B. Klejner // Ekonomika regiona. – 2017. – T. 13, vyp. 1. – S. 13–24.
7. Mückenberger U., Stroh C., Zoll R. The challenge of modernisation: towards a new paradigm for trade unions in Europe? Transfer, 1995. No. 1-1, P. 14–30
8. Peters J. T., Waterman H. R. Jr. In Search of Excellence: Lessons from Americas Best-Run Companies. Profile Books, 2015, 400 p.
9. Ustylenko M.V. Systema ekonomichnykh interesiv uchasnykiv mizhnarodnykh innovatsiinykh klasteriv / M.V. Ustylenko // Ekonomika, finansy, pravo. – 2015. – № 9/1. – S. 39–46
10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. The World Bank. Manufacturing value added (annual % growth). 2020. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.IND.MANF.KD.ZG?end=2018&start=1961>
12. Porter M. On Competition. Boston, Harvard Business Review Press. 2008. 576 p.
13. KPMG. Perspektivy mirovogo promyshlennogo sektora. Boevaya gotovnost nomer odin: promyshlennyj sektor gotovitsya k transformacii. 2015. 36 s. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/08/S_GMO_2r.pdf (data zvernennya 14.04.2020)

-
14. WEF. The Global Competitiveness Report 2019. Insight Report. Ed. by K. Schwab. Geneva, 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
15. Tsyplitska O.O. Model promyslovoi polityky Polshchi: uroky dlia Ukrainy / O.O. Tsyplitska // Naukovi pratsi : nauk. zhurn. Seriia «Ekonomika». – 2018. – Т. 312, Вуп. 300. – S. 35–39.
16. Deineko L.V. ta in. Promyslova polityka yak kliuchovyi instrument stratehii rozvytku : naukovo-analitychna dopovid / za red. Deineko L.V. ; NAN Ukrainy, DU «In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy». – K., 2019. – 142 s. – URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf>
17. Dani statystyky finansovoho sektoru. Natsionalnyi bank Ukrainy. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>
18. Loskutova M.V. K voprosu o ciklichnosti innovacionnogo razvitiya ekonomiki / M.V. Loskutova // Vestnik TGU. – 2009. – Вуп. 8 (76). – S. 31–37.

Надійшла / Paper received: 17.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 658

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-16

ДЖУЛІЙ Л. В., БЕЛУРУСЕЦЬ Л. М.,
СМЧУК Л. В., БОЧУЛЯ Н. В.
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В БАНКАХ УКРАЇНИ

У статті досліджено особливості функціонування банківських установ в Україні, виділено ключові елементи організації управлінського обліку, його цілі, завдання та функції. Теоретично обґрунтовано, що управлінський облік може створити дієву інформаційну базу для задоволення внутрішніх потреб користувачів у межах банківської установи. Охарактеризовано етапи впровадження управлінського обліку в банках, виділено систему цілей управлінського обліку та його основні процедури.

Ключові слова: управлінський облік, банк, система управлінського обліку, елементи, етапи, цілі, характерні ознаки.

DZHULIY L., BELARUSIAN L.,
YEMCHUK L., BOCHULYA N.
Khmelnitskyi National University

FEATURES OF MANAGEMENT ACCOUNTING ORGANIZATION IN BANKS OF UKRAINE

Effective organization of management accounting is an urgent problem of every bank, regardless of its scale and peculiarities of functioning. After all, the completeness and timeliness of information about the current state of the institution, timely management decisions contribute to the rapid maneuvering of resources, successful overcoming of complications that may arise in the process of the bank as a financial institution providing multifunctional customer service in both national and international markets.

The organization of management accounting in banks of Ukraine is not regulated by state bodies and is carried out on the basis of international experience, national legislation, based on the peculiarities of the banking institution, which is under the influence of complex economic, legal and organizational factors.

The article examines the features of the functioning of banking institutions in Ukraine, highlights the key elements of the organization of management accounting of banking institutions, its goals, objectives and functions. It is theoretically substantiated that management accounting can create an effective information base to meet the internal needs of users within the banking institution. It is shown that management accounting includes certain techniques and methods, the set of which provides managers with the necessary information about the results of the bank and the consequences of decision-making. Management accounting is highlighted as a part of the accounting system that meets the needs of management in operational, meaningful information that contributes to the formation of real conditions for the analysis of individual objects and processes, justification of management decisions and control over their implementation. The system of the purposes of administrative accounting and its basic procedures is allocated. It is determined that management accounting is aimed at solving the internal problems of the bank, which are associated with increased efficiency in relation to the centers of responsibility, business segments and structural units.

Key words: management accounting, bank, management accounting system, elements, stages, goals, characteristics.

Вступ. Ефективна організація управлінського обліку – актуальна проблема кожного банку, незалежно від його масштабів та особливостей функціонування. Адже повнота і своєчасність інформації про поточний стан установи, вчасно прийняті управлінські рішення сприяють оперативному маневруванню ресурсами, успішному подоланню ускладнень, які можуть виникати в процесі діяльності банку як фінансово-кредитної установи, що здійснює багатофункціональне обслуговування клієнтів як на національному, так і на міжнародних ринках.

Організація управлінського обліку в банках України не регламентується державними органами і здійснюється на підставі міжнародного досвіду, національного законодавства, виходячи із особливостей діяльності банківської установи, що перебуває під впливом складних економічних, юридичних та організаційних факторів.

Огляд літературних джерел. Науковими працями і практикою неодноразово підтверджувалося значення управлінського обліку в системі управління банком. Загальні аспекти методології та організації управлінського обліку знайшли відображення у працях вчених Л. М. Кіндрацької, Г. П. Табачук, Ф. Ф. Бутинця, Л. П. Снігурської, С. Ф. Голова та ін. Водночас із подальшим розвитком науки і техніки найбільш ретельного дослідження потребують особливості організації управлінського обліку в процесі управління банком в сучасних умовах, з метою забезпечення довгострокового, ефективного функціонування і розвитку банку для досягнення оперативних та стратегічних цілей.

Постановка проблеми. Основою сучасної економіки є банківська система. Фінансово стійкі банки визначають стабільність економіки і відіграють значну роль не тільки на внутрішньому ринку України, але й у процесах глобалізації фінансових ринків та інтеграції економіки держави у світову господарську систему. Банківську систему України вже сформовано, а подальший її розвиток залежить від ефективності діяльності вже наявних банків та їх здатності працювати в сучасних умовах. Наявність значної конкуренції зумовлює

необхідність у вдосконаленні методів та принципів управління, стимулює власників і керівників банків контролювати витрати, а також здійснювати пошук ефективних важелів управління для підвищення конкурентоспроможності та стійкості банківських установ. У зв'язку із цим особливою актуальністю набуває питання організації управлінського обліку в банках, оскільки саме він допоможе створити дієву інформаційну базу для задоволення внутрішніх потреб користувачів у межах банківської установи.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей організації управлінського обліку в банках як системи, що забезпечує керівників установ достовірною інформацією для прийняття управлінських рішень

Виклад основного матеріалу. Розвиток банку в ринкових умовах визначається стратегічними цілями та завданнями. На сьогодні у зв'язку зі змінами, які відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах, банку для реалізації стратегії необхідно постійно коригувати свою поведінку на ринку та створити гнучку, адаптивну систему управління, що є одним із вирішальних факторів прибутковості та конкурентоспроможності. Механізми управління змінюються, і зростають вимоги до облікової інформації, насамперед, підвищення її гнучкості, аналітичності, об'єктивності та оперативності. Тому надійним інструментом підвищення ефективності діяльності та управління банком є організація управлінського обліку на таких методологічних засадах, що забезпечують формування своєчасної, точної, деталізованої інформації, потрібної для прийняття управлінських рішень як при здійсненні поточної діяльності, так і в ході виконання завдань, пов'язаних із майбутнім.

Важливою складовою успіху кожного банку є ефективна система управління його фінансово-господарською діяльністю, що передбачає наявність певного набору інструментів управління.

Необхідно створити дієвий механізм управління прибутковою діяльністю, що можливо за наявності ефективної інформаційної системи. Вона технологічно об'єднує всі підрозділи банку. За результатами її функціонування створюється інформаційний продукт з дотриманням принципу: «одноразове введення первинної інформації у систему та багаторазове використання вихідного інформаційного продукту у процесі управління». Цей продукт узагальнює результати діяльності, досягнуті підрозділами і банком загалом на підставі прийнятих управлінських рішень. Аналіз інформаційного продукту забезпечує оцінювання діяльності апарату управління на всіх рівнях. На підставі такої оцінки формується дієвий механізм відповідальності за результати діяльності кожного структурного підрозділу і банку загалом.

На сучасному етапі процес впровадження управлінського обліку в банках умовно можна поділити на три етапи. Методологічний – передбачає конкретизацію моделі управлінського обліку, яка залежатиме від завдань, вирішення яких покликана забезпечити створювана облікова система. Необхідно враховувати вимоги керівництва, що спрямовані на реалізацію поставлених завдань, та виділити такі функції управлінського обліку, які б забезпечили їх виконання. При формуванні моделі необхідно враховувати принципи управлінського обліку, оскільки успішне впровадження моделі забезпечує дотримання цих принципів. Методичний – характеризується підбором елементів методу управлінського обліку, які забезпечують формування необхідної інформації для прийняття належних управлінських рішень. Технічний – передбачає визначення кола осіб і розмежування обов'язків між вказаними працівниками, які будуть збирати та опрацьовувати інформацію управлінського обліку. Система управлінського обліку в кожному банку унікальна, оскільки враховує специфіку його діяльності, надає можливість підвищити контрольованість і керованість систем управління, що сприятиме досягненню поставлених цілей: стратегічних – оцінки ефективності стратегії управління за такими аспектами як ринкова позиція, конкурентоспроможність, прибутковість, управління ресурсами, інновації тощо; тактичних – удосконалення якості розпорядження ресурсами за визначеними сегментами ринку, групами клієнтів та банківськими продуктами; оперативних – планування, контролю, прийняття управлінських рішень, як в цілому по банку, так і для окремих бізнес-одиниць або центрів відповідальності, що взаємоузгоджує їх діяльність, спрямовану на досягнення стратегічних цілей банку.

Для досягнення поставлених цілей система управлінського обліку повинна враховувати загальні напрями розвитку банку, стан фінансового обліку, аналізу, планування та контролю, щоб впливати на об'єкти управління через взаємозв'язок функцій, які утворюють замкнутий цикл управління банком (рис. 1).



Рис. 1. Управлінський облік у системі управління банком

Побудовано за [1; 3]

Особливістю управлінського обліку є те, що замість суто процедурних обліково-аналітичних завдань ставиться нове – забезпечити потреби користувачів в інформації для різних груп користувачів.

Управлінський облік включає певні прийоми і методи, сукупність яких забезпечує управлінців необхідною інформацією про результати діяльності банку і наслідки прийняття рішень. По суті, управлінським обліком вважається частина системи бухгалтерського обліку, яка задовольняє потреби управління в оперативній, змістовній інформації, що сприяє формуванню реальних умов для аналізу окремих об'єктів і процесів, обґрунтування управлінських рішень та контролю за їх виконанням.

У зв'язку із зростанням конкуренції між банками та застосуванням сучасних технологій, управлінський облік в банку постійно удосконалюється: розширюються його функції, збільшується обсяг задач, що вирішуються, різноманітними стають методи тощо. До активного пошуку ефективних методів ведення та організації управлінського обліку спонукають такі причини: ускладнюється система управління, запроваджуються нові банківські продукти та послуги; з'являються нові вимоги до інформації, яка надається керівництву банку; зростають обсяги інформації, що потребує навиків щодо її пошуку та оперативного аналізу, контролю й прийняття управлінських рішень; застосовуються нові підходи до калькуляції собівартості, підрахунку фінансових результатів, тощо. Система управління банком є складним і комплексним процесом, і тому система обліку, що відповідає вимогам управління, складна, і включає багато складових, та охоплює багато сфер і компонентів, які притаманні управлінському процесу. Склад елементів управлінського обліку може змінюватися в залежності від цілей управління, але будь-яка система управлінського обліку повинна базуватися на науково обґрунтованій основі, що становлять наукові підходи, принципи, завдання та інструментарій. Метою управлінського обліку є надання керівництву банку повного комплексу планових, прогнозних і фактичних даних про діяльність банку в цілому, а також в розрізі структурних підрозділів, центрів фінансової відповідальності, з метою забезпечення можливості приймати економічно зважені управлінські рішення. Найбільш важливими принципами є: безперервність обліку; періодичність та повнота аналітичної інформації; застосування бюджетного методу управління; оперативність даних для прийняття рішень; оцінка результатів та відповідальність управлінців за наслідки управлінського рішення; гнучкість; захищеність від несанкціонованого доступу; конфіденційність тощо.

Таблиця 1

Характеристика управлінського обліку банку

Організаційні аспекти	Процедури управлінського обліку
Призначення управлінського обліку	Якісне інформаційне забезпечення всіх рівнів менеджменту банку
Конфіденційність інформації	Інформація управлінського обліку банку призначена лише для внутрішнього використання
Завдання управлінського обліку	Формування інформації для оперативного і стратегічного управління; інформаційна підтримка розробки стратегії розвитку банку; організація та реалізація завдань процесу бюджетування; забезпечення зворотного зв'язку для оцінювання і контролю досягнутих результатів за видами банківських послуг, підрозділами, філіалами, клієнтами, окремими продуктами та їх узгодження зі стратегічними цілями; контроль використаних ресурсів, ризиків та достатності капіталу; формування ефективної системи мотивування та відповідальності менеджерів за результати роботи
Об'єкти обліку	Активи, пасиви, кредити, депозити, господарські операції із клієнтами, господарські операції на міжбанківському ринку; витрати; доходи; фінансовий результат (прибуток або збиток); внутрішнє ціноутворення (трансфертні ціни); ризики; ефективність та інші результати діяльності
Сукупність прийомів і способів, за допомогою яких відображаються в інформаційній системі об'єкти управлінського обліку	Рахунки управлінського обліку (8 клас), подвійний запис на рахунках, калькуляція, економіко-математичне моделювання, аналіз існуючих позицій та нових даних, оцінка ризику; стратегічне планування; методи фінансового обліку (документація, оцінка, інвентаризація, звітність тощо); статистичні методи (індексний метод, середніх та відносних величин тощо); методи контролю та економічного аналізу; коригування прийнятих рішень
Регулювання	Внутрішні нормативно-правові документи банку
Спрямованість	Спрямований у майбутнє (фінансове планування і контроль за поточною господарською діяльністю банку)
Періодичність звітування і форми	Період управлінської звітності, її форми затверджуються кожним банком самостійно

Побудовано за [1–3]

Підвищення ефективності бізнесу банку досягається, в основному, за рахунок вибору найбільш перспективних видів бізнесу, зниження собівартості продуктів та високої їх якості.

Для підвищення ефективності діяльності кожного банку вирішального значення набуває обґрунтована система її оцінювання, що повинна проводитися паралельно з експертизою дій управлінського апарату за напрямками ведення банківської діяльності. Джерелом оцінки є інформаційна система, яка функціонує на базі системи автоматизації банку і накопичує значний обсяг інформаційних ресурсів щодо діяльності структурних підрозділів і банку загалом. Саме управлінський облік може вирішувати завдання прогнозного характеру, зокрема, визначення очікуваного доходу від запланованих заходів та рентабельності нових видів продуктів. Управлінський облік націлений на детальний облік, аналіз та контроль витрат, фінансових результатів, грошових потоків банку в розрізі окремих структурних підрозділів, видів діяльності, видів продуктів, груп клієнтів тощо. Управлінський облік покликаний надати інформацію про банк із середини. Для цього потрібно побачити, як працює не просто банк у цілому, а й окремі його елементи; який вклад кожного із цих елементів у загальний результат, за рахунок чого. Тільки така інформація надасть змогу приймати дійсно ефективні, виважені управлінські рішення.

За допомогою управлінської бухгалтерії формується відповідна інформація, яка доводиться до відома керівництва у формі внутрішньої звітності. Вона містить оперативні дані про доходи, витрати і результати діяльності за центрами відповідальності, прибутку та витрат, тобто відповідно до обраних кожним банком напрямів ведення управлінського обліку [2]. Банк має використовувати стандартні для всіх структурних підрозділів одного банку методики, що сформовані на єдиній базі даних. Управлінський облік доцільно здійснювати відповідною службою банку централізовано. Побудова управлінського обліку та групування його рахунків відбувається за наведеними нижче категоріями центрів.

1. Центри собівартості – припускають групування витрат, виходячи з різних критеріїв, які не обов'язково пов'язані з номенклатурою витрат банку. Критерієм може виступати період часу, підрозділ (філія, відділення, віддалене робоче місце, пункт обміну), окремий банківський продукт, тощо.

2. Центри відповідальності – це угруповання, побудовані з огляду наявності відповідного працівника і підбиття підсумків за центрами діяльності. До центрів відповідальності належать департаменти, управління, відділи, що характеризуються наявністю відповідних витрат та приносять відповідні прибутки за умови, що прибутки і витрати можуть бути виділені та виміряні.

3. Сегменти діяльності (центри прибутку) – це облікові конструкції управлінської бухгалтерії, призначені для прийняття стратегічних рішень: результати реалізації банківських продуктів за зонами країни, категоріями населення. Центри прибутку, на відміну від центрів відповідальності, є позиціями, штучно утвореними в управлінській бухгалтерії. Вони пов'язані з запровадженням нових банківських продуктів, використанням нових інформаційних технологій, здійсненням капітальних вкладень, проникненням банківських послуг на нові сегменти ринку чи нові ринки. Звітність, у якій узагальнюється інформація управлінського обліку, становить комерційну таємницю та використовується всередині банку [3].

Управлінський облік спрямований на вирішення внутрішніх проблем банку, які пов'язані із підвищенням ефективності центрів відповідальності, сегментів діяльності та структурних підрозділів. Служба управлінського обліку має забезпечити звірку даних управлінської звітності з відповідними даними бухгалтерського обліку та регулярне подання управлінської звітності [1]. Формування управлінської звітності потребує більш докладної інформації, ніж та, що подається у фінансовій звітності згідно з нормативно-правовими актами Національного банку України. Тому у банку може виникнути потреба в розширенні внутрішнього плану рахунків з метою деталізації обліку доходів і витрат, резервів, активів та зобов'язань за об'єктами управління.

Висновки. Ринкові перетворення в економіці країни ставлять нові вимоги до якості обліково-аналітичної інформації кожного банку, на підставі якої приймаються управлінські рішення. Щоб прийняти управлінські рішення були обґрунтованими, необхідна принципово нова система формування інформації, яка повинна задовольняти потреби всіх рівнів управління в банках в необхідній, достовірній, своєчасно отримуваній і конкретній інформації, оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Сучасний управлінський облік повинен бути системним, оперативним і одночасно забезпечувати стратегічний розвиток банку та орієнтуватися не тільки на поточний результат, а й на ефективну діяльність у довгостроковому періоді, що спричиняє якісні зміни у всій структурі та методах управління. Управлінський облік є невід'ємною частиною менеджменту, і враховує всі особливості роботи банку, повністю розкриває економічні, технічні можливості банку, ресурси, які використовуються, фінансові можливості тощо. Організація управлінського обліку в банку повинна передбачити можливість збору, вимірювання, реєстрації, накопичення, оброблення, узагальнення інформації, необхідної для оцінки доходів, витрат, прибутковості та ефективності всіх об'єктів управління банку. Дієвість системи управлінського обліку залежить від факторів, що важливі для управління, які складаються в комплексну систему, прозору для контролю та аналізу. За даними показниками управлінського обліку керівники можуть оцінити фінансову стабільність окремих видів бізнесу, клієнтів і продуктів, що забезпечує фінансову стійкість банку.

Література

1. Московчук І. О. Управлінський облік: сутність та роль в діяльності комерційних банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En/O_FN/2008_5_2/zbirnik_
2. Крешенко О. Формування системи управлінського обліку у банківських установах / О. Крешенко, Л. Водяник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/wPUAho.pdf
3. Облік і аудит у банках : навчальний посібник / О. Г. Коренева, Н. Г. Слав'янська, Н. Г. Євченко, О. В. Карпенко ; за ред. О. Г. Кореневої, Н. Г. Слав'янської. – Суми : Університетська книга, 2007. – 493 с.

References

1. Moskovchuk I. O. Upravlinskyi oblik: sutnist ta rol v diialnosti komertsiiynykh bankiv [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En/O_FN/2008_5_2/zbirnik_
2. Kreshenko O. Formuvannia systemy upravlinskoho obliku u bankivskykh ustanovakh / O. Kreshenko, L. Vodianyik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/wPUAho.pdf
3. Oblik i audyt u bankakh : navchalnyi posibnyk / O. H. Korenieva, N. H. Slavianska, N. H. Yevchenko, O. V. Karpenko ; za red. O. H. Korenievoi, N. H. Slavianskoi. – Sumy : Universytetska knyha, 2007. – 493 s.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРОЦЕСІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ І ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

За результатами проведеного дослідження визначено вплив нових напрямів трансформації зайнятості на ефективність діяльності та зміцнення інтелектуального потенціалу банківських установ. Проведено критеріальний аналіз ступеня трансформації зайнятості у банках України та визначено основні напрями трансформаційних змін у системі зайнятості банківського сектору за сучасних умов. Встановлено співвідношення критеріального оцінювання ступеня трансформації зайнятості та фінансових результатів діяльності вітчизняних банків. Здійснено кореляційний аналіз взаємовпливу сумарного показника рівня трансформації зайнятості у банках із фінансовими результатами досліджуваних банків. Проведено аналіз каналів впливу елементів системи трансформації зайнятості в українських банках на ефективність їх діяльності.

Ключові слова: зайнятість, трансформація зайнятості, нестандартні форми зайнятості, дистанційна зайнятість, банківський сектор, критеріальний аналіз.

DOMUZ O.

Banking University

THE INTERRELATION BETWEEN EMPLOYMENT TRANSFORMATION PROCESSES AND FINANCIAL RESULTS OF THE BANK

The purpose of the article is to analyze the relationship between the processes of transforming employment and the financial results of domestic banking institutions in modern conditions. According to the results of the study, the impact of new directions of employment transformation on the effectiveness of activities and strengthening the intellectual potential of banking institutions was determined. A criterion analysis of the degree of transformation of employment in the banks of Ukraine was carried out, which showed that the studied banking institutions are still in the way of transformative changes in the employment system, since they have rather high summary criteria. Based on the results of the criterion analysis, the main directions of transformational changes in the employment system of the banking sector in modern conditions are determined. The ratio of the criterion assessment of the degree of transformation of employment and the financial results of domestic banks has been established. The correlation analysis of the mutual influence of the summary indicator of the level of employment transformation in banks with the financial results of the investigated banks was carried out. It was determined that the effect of improving the employment system is not always clear and not directly proportional to the financial results of banking institutions, therefore, in order to deepen the study, an analysis of the channels of impact of elements of the employment transformation system in Ukrainian banks on the effectiveness of their activities was carried out. As a result of the study, a comprehensive assessment of the impact of employment policies in the bank on the results of economic activities is proposed, which allows measuring the degree of achievement of employment policy goals, assessing the economic consequences of transformational processes and determining the need for changes in it.

Keywords: employment, transformation of employment, non-standard forms of employment, full employment, banking sector, criterion analysis.

Постановка проблеми. Світова фінансово-економічна криза, цифровізація економіки та глобальні зміни у міжнародній діяльності країн змушують по новому поглянути на ситуацію, що склалася у сфері зайнятості. Зокрема це стосується проблем дефіциту робочих місць, несприятливих результатів на ринку праці, стійко зростаючого рівня безробіття, особливо серед молоді та соціально незахищених верств населення, широкого поширення неформальної економіки та низькооплачуваної зайнятості, зниження частки праці в сукупному доході, зростання нерівності тощо. Проблема зайнятості у банківському секторі ускладнюється також тим, що за останні кілька років спостерігається ослаблення взаємозв'язку між зростанням і якістю створюваних робочих місць, нові вимоги часу потребують специфічних знань та професій, зростання якості освіти та кваліфікації працівників.

Досвід останніх років показав неефективність фрагментарного підходу до змін у сфері зайнятості працівників банківського сектору, а також необхідність інтеграції завдань і цілей у даній сфері з напрямками економічної політики та галузевих і корпоративних стратегій. Процес трансформації зайнятості необхідно реалізувати за допомогою скоординованих заходів, адаптованих до умов праці у банківській сфері і узгоджених між учасниками трудової діяльності. Таким чином, нові напрями трансформації зайнятості виступають сьогодні важелем зміцнення потенціалу банківських установ в системі комплексної соціально-економічної політики, тому потребують проведення аналізу і досліджень на предмет їх впливу на ефективність та зростання конкурентно-спроможності банків, потреби і умови праці персоналу тощо.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретико-методичну основу досліджень наукових проблем, пов'язаних із трансформацією зайнятості населення у вітчизняній літературі становлять роботи таких вчених-економістів, як Н. А. Азьмук, В. П. Антоноук, О. М. Білик, В. В. Близнюк, Т. О. Галайда, О. А. Грішнова, У. Є. Гузар, Л. П. Давидюк, О. П. Дяків, О. В. Жадан, А. М. Колот, І. С. Кравченко, О. І. Кравчук, Е. М. Лібанова, Л. В. Лісогор, М. В. Луцик, О. В. Макарова, І. Л. Петрова, Н. Б. Теницька, Н. В. Черногорська, Л. В. Щетініна та ін.

Метою статті є аналіз взаємозв'язку процесів трансформації зайнятості і фінансових результатів діяльності вітчизняних банківських установ за сучасних умов.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб керівники банку могли приймати обґрунтовані рішення щодо конкретних проблем, ставити чіткі завдання і реалізувати технічно та фінансово можливі

заходи з метою ефективної інтеграції завдань у сфері зайнятості в стратегію економічного розвитку банків, вони повинні спиратися на актуальну базу обґрунтованих даних, мати глибоке розуміння ситуації в сфері зайнятості, розуміти можливості і обмеження для створення робочих місць, враховувати інституційно-правові умови тощо. Виходячи з цього, керівникам установ необхідні результати досліджень про зв'язок між створенням робочих місць і актуальними тенденціями у сфері зайнятості працівників та економічними результатами діяльності банку. Тому для аналізу трансформаційних процесів у системі зайнятості банків, пропонуємо використати методи соціального дослідження у комплексі зі статистичними методами та якісною оцінкою впливу трансформаційних заходів.

У дослідженні взяли участь п'ять вітчизняних банків, які являються одними з найбільших в Україні та проводять активну політику щодо підвищення ефективності зайнятості свої працівників: АТ «Укрсоцбанк», АБ «Приват Банк», Crédit Agricole Ukraine, «ПУМБ», АБ «Укргазбанк». Результати критеріального аналізу ступеня трансформації зайнятості у банках України представлено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Критеріальний аналіз ступеня трансформації зайнятості у банках України в 2019 р.

№ п/п	Елементи системи зайнятості в банку	АТ «Укрсоцбанк»	АБ «ПриватБанк»	Crédit Agricole Ukraine	«ПУМБ»	АБ «Укргазбанк»
1	Враховання тенденцій трансформації форм зайнятості в стратегії розвитку банку	1	1	1	1	1
2	Впровадження нових форм зайнятості у зв'язку з розвитком альтернативних форм надання послуг в банку	1	1	1	1	1
3	Нааявність юридично оформлених регулюючих документів щодо застосування нових форм зайнятості в банку	1	1	1	1	1
4	Залучення до реалізації державних соціальних програм із зайнятості, підтримка програм та ініціатив ринку праці	1	1	1	1	1
5	Підвищення ефективності впровадження соціальних програм у сфері зайнятості працівників банку	1	1	0	1	1
6	Додатковий соціальний захист працівників банку	1	1	1	1	1
7	Систематичність заходів щодо покращення умов праці персоналу	1	1	1	1	1
8	Розробка програм розвитку персоналу	1	1	1	1	1
9	Створення додаткових робочих місць для людей з особливими потребами та незахищених верств населення	0	1	0	0	0
10	Нааявність комітерів, контролюючих груп, відділів з регулювання та розвитку зайнятості в банку	0	0	0	0	1
11	Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності та корпоративної етики серед працівників банку	1	1	1	1	1
12	Впровадження дистанційної форми зайнятості та інших нетипових форм зайнятості	1	1	1	1	1
13	Впровадження стратегії цифрової трансформації зайнятості	1	1	1	1	1
14	Освітня та науково-дослідницька підтримка ініціатив працівників	1	1	1	0	0
15	Нааявність служби підтримки працівників	1	1	0	0	1
16	Відкритість інформації про вимоги праці, заробітну плату на інші винагороди працівників банку	1	0	0	0	0
17	Підбір висококваліфікованих спеціалістів згідно нових вимог ринку та умов праці	1	1	1	1	1
18	Удосконалення системи мотивації персоналу	1	1	1	1	1
19	Просування практичних розробок працівників банку	0	1	1	0	0
20	Розвиток системи соціального маркетингу в банку	1	1	1	1	1
21	Фінансування курсів та тренінгів, що орієнтовані на набуття специфічних знань та навичок, підняття рівня професійної кваліфікації працівників	1	1	1	1	1
22	Розробка програм інформаційної співпраці з ринком праці та суб'єктами ринку банківських послуг щодо вакансій та набору персоналу	1	1	1	1	1
23	Застосування гнучких графіків роботи персоналу	1	1	1	1	1
24	Обладнання робочих місць відповідно до зростаючих вимог та умов гігієни і санітарії праці	1	1	1	1	1
25	Дотримання трудового законодавства у форсмажорних обставинах	1	0	1	1	1
Сума балів:		22	22	19	19	21

Джерело: розроблено і розраховано автором на основі власних досліджень

Як показав проведений критеріальний аналіз ступеня трансформації зайнятості у банківському секторі, досліджувані банківські установи наразі стоять на шляху трансформаційних змін у системі зайнятості, оскільки мають досить високі сумарні критеріальні показники: АТ «Укрсоцбанк» 22 з 25 балів, відповідно, АБ «Приват Банк» – 22 бали, Crédit Agricole Ukraine – 19 балів, «ПУМБ» – 19 балів, АБ «Укргазбанк» – 21 бал. На основі отриманих результатів, проведемо дослідження взаємозв'язку результатів критеріального аналізу ступеня трансформації зайнятості вітчизняних банків та фінансових результатів їх діяльності. У таблиці 2 в колонці суми балів дублюється сумарний показник за банками з таблиці 1.

Таблиця 2

Співвідношення критеріального оцінювання ступеня трансформації зайнятості та фінансових результатів банків України у 2019 році

Назва банку	Сума балів за критеріями	ROE, %	ROA, %	Якість кредитного портфелю, %	Темп приросту депозитів фізичних осіб, %	Темп приросту депозитів юридичних осіб, %
1. АТ «Укрсоцбанк»	22	0,34	0,19	97,02	4,07	17,01
2. АБ «ПриватБанк»	22	8,9	0,34	96,33	1,24	25,09
3. Crédit Agricole Ukraine	19	15,8	0,73	92,70	8,02	14,08
4. ПУМБ	19	1,97	0,27	66,00	15,70	15,03
5. АБ «Укргазбанк»	21	9,8	0,63	63,28	14,23	33,36

Джерело: розроблено і розраховано автором на основі власних досліджень

Як бачимо з таблиці 2, значення, що характеризують якість кредитного портфелю та приріст депозитів окремо за фізичними та юридичними особами, а також основні фінансові показники банків мають позитивну динаміку. При цьому слід зауважити, що в більшості банків показник якості кредитного портфелю близький до 100 %. Це означає, що фінансові установи здебільшого отримують усі нараховані відсотки. Проте для двох із них індикатор нижчий за 80 % (ПУМБ, АБ «Укргазбанк»). А отже дані банки повинні провести більш адекватну оцінку справедливої вартості відповідних активів.

Для того, щоб проаналізувати зв'язок між сумарним критеріальним показником рівня трансформації зайнятості у банках та фінансовими результатами їх діяльності, проведемо кореляційний аналіз цього зв'язку (табл. 3).

Таблиця 3

Кореляційний аналіз взаємовпливу сумарного показника рівня трансформації зайнятості у банках із фінансовими результатами досліджуваних банків

Показник	Сума балів за критеріями	ROE	ROA	Якість кредитного портфелю	Темп приросту депозитів фізичних осіб	Темп приросту депозитів юридичних осіб
Сума балів за критеріями	1					
ROE	0,8769	1				
ROA	0,7213	0,80295	1			
Якість кредитного портфелю	0,31191	0,31726	0,28277	1		
Темп приросту депозитів фізичних осіб	0,5468	0,56361	0,45824	0,67124	1	
Темп приросту депозитів юридичних осіб	0,7869	0,72164	0,85350	0,61449	0,58762	1

Джерело: розроблено і розраховано автором на основі власних досліджень

Виходячи із того, що сильним кореляційний зв'язок може вважатися лише при значеннях вище 0,7, то з таблиці 3 можемо зробити висновок про значний зв'язок рівня трансформації зайнятості у банках із його фінансовими результатами. Інколи можливий парадокс, коли банківські організації мають надзвичайно розвинену систему зайнятості, проте низький її вплив на фінансові результати. Це аргументується тим, що такі банківські установи вже пройшли етапи первинної трансформації зайнятості. Тому, за умов, коли імідж та політика щодо зайнятості працівників у компанії сформовані, а персонал працює стабільно, особливого впливу на фінансові результати діяльності банку вони справляти не будуть. Як показав аналіз табл. 3, для досліджуваних банків на даному етапі розвитку процес трансформації зайнятості буде позитивно впливати на фінансові результати та збільшувати вартість банківських установ.

Оскільки ефект від удосконалення системи зайнятості далеко не завжди є явним і прямопропорційно не відображається на фінансових результатах діяльності банківських установ, для поглиблення дослідження проведемо аналіз каналів впливу елементів системи трансформації зайнятості в українських банках на ефективність їх діяльності (табл. 4).

Таблиця 4

Аналіз каналів впливу елементів системи трансформації зайнятості в українських банках на ефективність їх діяльності

№ з/п	Характеристика каналів зростання ефективності функціонування банків
1	Набір або підняття рівня професійної кваліфікації працівників, що мають специфічні знання та навички → розвиток альтернативних інструментів продажу банківських продуктів (крім цінних) → підвищення ефективності банківської діяльності
2	Розвиток системи соціального маркетингу щодо зайнятості в банку → покращення якості інформаційного забезпечення → підвищення вартості гудвілу банку
3	Відкритість інформації про вимоги праці, заробітну плату на інші винагороди працівників банку → зменшення ризиковості операцій → зниження рівня ризиків
4	Дотримання трудового законодавства щодо зайнятості працівників, обладнання робочих місць відповідно до зростаючих вимог та умов гігієни і санітарії праці → зменшення обсягу санкцій з боку регуляторних органів → підвищення ефективності банківської діяльності
5	Впровадження стратегії цифрової трансформації зайнятості → застосування альтернативних методів просування банківських послуг → підвищення ефективності бізнес-процесів у банку

Продовження таблиці 4

№ з/п	Характеристика каналів зростання ефективності функціонування банків
6	Підвищення мотивації персоналу → покращення якості роботи персоналу → підвищення ефективності банківської діяльності
7	Впровадження принципів КСВ та корпоративної етики серед працівників → підвищення рівня прозорості інформації → покращення якості кредитного та інвестиційного портфелю банку
8	Залучення до реалізації державних соціальних програм із зайнятості, підтримка програм та ініціатив ринку праці → збільшення кількості клієнтів та партнерів → зростання обсягу ресурсної бази та покращення якості кредитного портфеля
9	Освітня та науково-дослідницька підтримка ініціатив працівників → зростання ефективності продажів банківських продуктів та послуг → удосконалення збутової політики банку
10	Розробка програм розвитку персоналу та підвищення якості персоналу → збільшення обсягу отриманого прибутку → підвищення рівня капіталізації
11	Зростання кількості соціальних проектів та рівня соціальної підтримки працівників → підвищення лояльності клієнтів → підвищення вартості нематеріальних активів
12	Удосконалення системи мотивації персоналу → збільшення клієнтської бази → зростання обсягу ресурсної бази та підвищення вартості нематеріальних активів банку
13	Підвищення ефективності впровадження соціальних програм у сфері зайнятості працівників банку → покращення якості роботи персоналу → підвищення ефективності банківської діяльності та внутрішніх бізнес-процесів
14	Впровадження дистанційної форми зайнятості та інших нетипових форм зайнятості → Зменшення адміністративних витрат → зростання обсягу отриманого прибутку
15	Наявність комітерів, контролюючих груп, відділів з регулювання та розвитку зайнятості в банку (зменшення плинності кадрів) → зміцнення економічної безпеки банку → підвищення ефективності банківської діяльності
16	Залучення працівників до курсів та тренінгів з метою підняття рівня їх професійної кваліфікації → зростання інноваційного потенціалу банку → зростання гудвілу банку

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень

Таким чином, використання запропонованої комплексної оцінки впливу політики зайнятості у банку на результати його економічної діяльності дозволяє всім учасникам процесу її формування, включаючи представників управління банку та інших працівників, вимірювати ступінь досягнення завдань політики, оцінювати економічні наслідки трансформаційних процесів та визначати необхідність внесення в неї змін.

Висновки. Отже, ключовою проблемою в умовах сучасного ринку праці для банківського сектору є не просто розв'язання задач ефективного використання трудових ресурсів, але і пошук інноваційних підходів до управління процесами, що відбуваються в економіці та на ринку праці. На нашу думку, вони, в першу чергу, повинні базуватися на ефективному просуванні сучасних перспективних форм зайнятості, в тому числі і нестандартних, яким сприяють сьогодні об'єктивні тенденції суспільно-економічного та технологічного розвитку. Незважаючи на очевидний вплив трансформації зайнятості на фінансові результати діяльності вітчизняних банків, проблемою також залишається розповсюджене використання звуженої концепції щодо політики у сфері зайнятості. У багатьох банківських установах ця політика все ще обмежується звичними заходами щодо набору персоналу та відсутністю механізмів врахування кількісного і якісного впливу економічної політики та програм зайнятості на результати діяльності банківського сектору. Тому необхідною є подальша інтеграція нових тенденцій і цілей у сфері зайнятості до загальної системи розвитку банківського сектору та включення якісних і кількісних цілей зайнятості до складу загальної стратегії діяльності банківських установ з метою підвищення ефективності їх функціонування.

Література

1. Антонюк В. П. Трансформація зайнятості за видами економічної діяльності як індикатор структурних зрушень в економіці України / В. П. Антонюк, Л. В. Щетініна // Проблеми економіки. – 2017. – № 4. – С. 62–70.
2. Білик О.М. Нестандартна зайнятість: виклик сьогодення / О. М. Білик // Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / [голова редкол. А. М. Колот]. – 2014. – № 1(7). – С. 296–301.
3. Гришнова Е. А. Развитие человеческого капитала и трансформация форм занятости: взаимовлияние и взаимообусловленность / Е. А. Гришнова, Н. А. Азьмук // Демографія та соціальна економіка. – 2014. – № 1. – С. 85–96.
4. Жадан О.В. Причини та наслідки поширення нестандартної зайнятості на національному ринку праці / О.В. Жадан // Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. – Вип. 3 (46). – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр». – 2014. – С. 1–8.
5. Колот А.М. Людина і нова економіка: діалектика розвитку / А. М. Колот, О. І. Кравчук // Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / [голова редкол. А. М. Колот]. – 2015. – № 1 (9). – С. 8–29.
6. Красноручька Л. Нетипова форма зайнятості в системі трансформації ринку праці України / Л. Красноручька. // Підприємництво, господарство і право. – 2018. – № 12. – С. 139–142.
7. Огляд банківського сектору [Електронний ресурс] / Національний Банк України. – 2019. – Режим доступу : <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=94359026>.
8. Український ринок праці: імперативи та можливості змін : [колективна монографія / за наук. ред. І.Л. Петрової, В.В. Близнюк]; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2018. – 356 с.
9. Grishnova O., Brintseva O., Cherkasov A. Transition to a new economy: transformation trends in the field of income and salary functions. Problems and Perspectives in Management. 2019. № 17 (2). P. 18–31.
10. Intellectual Challenges to Economic Globalism. Under ed. R. Djakons and D. Lukianenko. Riga, 2020, 412 p.
11. Bilan Y., Mishchuk H., Samoliuk N., & Grishnova O. (2019). ICT and Economic Growth: Links and Possibilities of Engaging. Intellectual Economics, 13(1). Retrieved from <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/15851/IE-2019-13-1-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

References

1. Antoniuk V. P. Transformatsiia zainiatosti za vydamy ekonomichnoi diialnosti yak indyikator strukturnykh zrushen v ekonomitsi Ukrainy / V. P. Antoniuk, L. V. Shchetinina // Problemy ekonomiky. – 2017. – № 4. – S. 62–70.
2. Bilyk O.M. Nestandartna zainiatist: vyklyk sohodennia / O. M. Bilyk // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka : zb. nauk. pr. / [holova redkol. A. M. Kolot]. – 2014. – № 1(7). – S. 296–301.

3. Grishnova E. A. Razvitie chelovecheskogo kapitala i transformaciya form zanyatosti: vzaimovliyanie i vzaimoobuslovennost / E. A. Grishnova, N. A. Azmuk // Demografiya ta socialna ekonomika. – 2014. – № 1. – S. 85–96.
4. Zhadan O.V. Prychyny ta naslidky poshyrennia nestandardnoi zainiatosti na natsionalnomu rynku pratsi / O.V. Zhadan // Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia : zb. nauk. pr. – Vyp. 3 (46). – Kh. : Vyd-vo KharRI NADU «Mahistr». – 2014. – S. 1–8.
5. Kolot A.M. Liudyna i nova ekonomika: dialektyka rozvytku / A.M. Kolot, O.I. Kravchuk // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka : zb. nauk. pr. / [holova redkol. A. M. Kolot]. – 2015. – № 1(9). – S. 8–29.
6. Krasnorutska L. Netytova forma zainiatosti v systemi transformatsii rynku pratsi Ukrainy / L. Krasnorutska. // Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo. – 2018. – № 12. – S. 139–142.
7. Ohliad bankivskoho sektoru [Elektronnyi resurs] / Natsionalnyi Bank Ukrainy. – 2019. – Rezhym dostupu : <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=94359026>.
8. Ukrainnyi rynek pratsi: imperatyvy ta mozhlyvosti zmin : [kolektyvna monohrafiia / za nauk. red. I.L. Petrovoi, V.V. Blyzniuk] ; NAN Ukrainy, DU «In-t ekon. ta prohozuv. NAN Ukrainy». – Elektron. dani. – K., 2018. – 356 s.
9. Grishnova O., Brintseva O., Cherkasov A. Transition to a new economy: transformation trends in the field of income and salary functions. Problems and Perspectives in Management. 2019. № 17 (2). P. 18–31.
10. Intellectual Challenges to Economic Globalism. Under ed. R. Djakons and D. Lukianenko. Riga, 2020, 412 p.
11. Bilan Y., Mishchuk H., Samoliuk N., & Grishnova O. (2019). ICT and Economic Growth: Links and Possibilities of Engaging. Intellectual Economics, 13(1). Retrieved from <https://repository.mruni.eu/bitstream/handle/007/15851/IE-2019-13-1-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Надійшла / Paper received: 05.09.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

UDC 339.926

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-18

DUMANSKA I.
Khmelnitskyi National University

CHANGE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS UNDER THE ASSOCIATION AGREEMENT WITH THE EU: A RETROSPECTIVE, ECONOMIC CONSEQUENCES AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE

The article analyzes retrospective preconditions, identifies possible economic consequences and summarizes the possibilities of Ukraine from changing geographical indications due to the ratification of the Association Agreement with the EU. It is established that one-fifth of the profits from the sale of agricultural products and beverages, the names of which are protected in the list of «Geographical Indicators» of the European Union, are the result of exports of these products outside the European Union. According to the study, sales of goods with protected geographical names are on average twice as high as those of similar goods without proper certification. EU experience indicates that geographical indications not only protect intangible assets in the form of intellectual property, but also are carriers of cultural values for nation, which promotes them in the international community and leads to increased sales. Ratification of the Association Agreement between Ukraine and the EU has identified both long-term (10-year) and medium-term (7-year) requirements for banning the use of a number of geographical indications of European products and identifying their production in Ukraine, which requires research to establish retrospective preconditions for such joint expression of will of the EU and Ukraine. Currently, Ukraine has no experience in developing its own geographical indications, their legal protection and competitive positioning in international markets. The advantages of the introduction of geographical indications in Ukraine at the levels of «consumer», «producer», «region» are established. It is proved that the initiated process of harmonization of national legislation with EU standards initiated the adaptation of domestic legislation in the field of intellectual property to EU law and the provisions of the Association Agreement between Ukraine and the EU. Approximation of Ukrainian legislation to the EU norms on protection of geographical indications allows to harmonize the national system of their protection in the process of foreign economic activity with relevant EU regulations, which will promote competitive domestic geographical indications and their effective entry into the European market in the form of regional brands.

Key words: geographical indications, origin of goods, intellectual property, manufacturer, product brand, region, marketing.

ДУМАНСЬКА І. Ю.
Хмельницький національний університет

ЗМІНА ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ВІДПОВІДНО ДО УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ З ЄС: РЕТРОСПЕКТИВА, ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Проаналізовано систему нормативно-правових актів в сфері географічного зазначення походження продукції в ЄС, прийнятих до підписання Угоди з ЄС, виявлено їх протиріччя з законодавством України. Визначено можливі економічні наслідки від гармонізації національного законодавства зі стандартами ЄС в сфері охорони інтелектуальної власності. Встановлено, що обсяги продажів товарів із захищеними географічними назвами в середньому вдвічі вище, ніж у подібних товарів без відповідної сертифікації. Встановлено переваги від можливості впровадження географічних зазначень в Україні на рівнях «споживач», «виробник», «регіон».

Ключові слова: географічні зазначення, походження товару, інтелектуальна власність, виробник, бренд продукції, регіон, збут.

Introduction. Hutsul sheep bryndza, Zinkiv sausage, Podilsky bread, Zakarpattia wine are not only roadmaps of the producer region, but have now become or will become official geographical indications in the near future, such as geographical indications for food products from the EU. cheese «Brie», «Parmesan», «Champagne», «Madeira», «Cognac». This is a consequence of the signing in 2014 of the Association Agreement with the EU, which obliged Ukraine to abandon the use of protected geographical indications for domestic products in harmonization of national legislation with international standards, the introduction of appropriate mechanisms to implement legal provisions to ensure effective protection of intellectual property rights. property.

The EU's experience points to the fact that geographical indications not only protect intangible assets in the form of intellectual property, but also carry the nation's cultural values, which promote them in the international community and increase sales. For Ukraine, these are new realities that create both difficulties and prospects and opportunities for domestic producers, so the study of retrospective preconditions, economic consequences and potential opportunities of Ukraine from changing geographical indications due to ratification of the Association Agreement with the EU is becoming relevant.

Analysis of research and publications. The signing of the Association Agreement between Ukraine and the EU has led to a number of publications in online newspapers and on social media pages such as Facebook and Twitter, which contain elements of psychological suggestion to Ukrainian citizens of negative consequences of changing geographical indications to certain EU products and criticism of the European vector. development of Ukraine.

The position of scientific thought is currently in the process of formation and is considering the requirement of EU regulations on Ukraine to change geographical indications mostly on the positive side. There are numerous publications on the existing experience of legal protection of geographical indications of European countries before the signing of the Association Agreement between Ukraine and the EU in the works of

G. Androschuk, M. Arkhipov, A. Afyan, Y. Boshytsky, R. Humenny, D. Krysanov, V. Matveev, V. Ocheretnaya and other scientists.

The available scientific achievements are significant and valuable, but need to modernize the study on the implementation of the already ratified Agreement with the EU and analyze the possible economic consequences and disclose prospects for Ukraine from changing geographical indications in today's conditions.

Selection of previously unresolved parts of the problem. Today's need to change geographical indications due to the ratification of the Association Agreement between Ukraine and the EU has identified both long-term (10-year) and medium-term (7-year) requirements to prohibit the use of certain geographical indications of European products (Champagne, Cognac, Madera, Porto, Parmigiano Reggiano, Roquefort, Feta) and identification of their production in Ukraine, which requires research on the formation of retrospective prerequisites for such a joint expression of the will of the EU and Ukraine. At present, Ukraine has no experience in developing its own geographical indications, their legal protection and competitive positioning in international markets, so this issue needs further study on the economic consequences for businesses in Ukraine.

Setting objectives. Analyze retrospective preconditions, identify possible economic consequences and summarize Ukraine's opportunities to change geographical indications as a result of ratification of the Association Agreement with the EU.

Presentation of the main research material. The European Union earns almost 75 billion euro a year in trade in goods with a geographical indication [1]. The Association Agreement regulates the recognition and protection of geographical indications originating in the territories of Ukraine and the EU, in the territory of Ukraine and the EU, respectively. This Agreement establishes separate standards that supplement and clarify the rights and obligations of the parties under the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) and other international agreements in the field of intellectual property, including geographical indications. The Annexes to the Association Agreement contain lists of geographical indications for agricultural products and foodstuffs (ANNEX XXII-C), as well as geographical indications for wines, aromatized wines and spirits (ANNEX XXII-D) of Ukraine and the EU.

The number of geographical indications of Ukraine that are subject to protection in the EU is insignificant in comparison with the corresponding geographical indications of the EU that are subject to protection in Ukraine. The «closedness» of the USSR from the outside world contributed to this to some extent. Even when Ukraine became a party to the TRIPS Agreement in 2008, which provides for certain procedures for the protection of geographical indications, cases of illegal use of geographical indications (including through trademark registration) have not stopped.

As before, and nowadays, most cases of unfair use by Ukrainian producers of geographical indications of other countries most often relate to alcoholic beverages, the most common of which are geographical indications Champagne, Cognac, Bordeaux, Madeira, but there are also lesser known – Provence, Saint Emilion and others [2]. For example, in Ukraine after 01.01.2016 was registered a mark for goods and services «Vina Saint Million» (33 class MKTP), which is so similar that it can be confused with the geographical indication «Saint-Emilion», which is the name of the corresponding ancient wine region in France [3].

International legislation in the field of intellectual property protection, patenting, ownership and use, legal protection and liability for infringement or misappropriation of use developed in the late 90's due to intensification of integration processes and foreign economic activity, increasing cases of counterfeiting and consumer deception. This problem is especially relevant for countries that produce products of the same name: fruits, vegetables, wines, alcoholic beverages, dairy and meat products and more. The legislative base in the field of geographical indications and protection of intellectual property has gained special development in the European Union in connection with its active expansion and entry of products of new member states into European markets [4].

A retrospective analysis of the formation of EU legislative initiatives in the field of regulation of geographical indications of origin is presented in Table 1.

We emphasize that according to the Law of Ukraine «On protection of rights to indicate the origin of goods» [6], Article 1 in the definitions of «place of origin» and «geographical indication of origin» of the goods, the difference is not clear even to professionals, and therefore it would be appropriate to detail the distinctive features and disclose them in the specifications of agricultural and food products. Since qualified indications of origin of goods are the object of intellectual property, in this regard, there are rights to use them. It is important to emphasize the fact that the domestic legislation distinguishes between two concepts [7]: a simple indication of the origin of goods (not subject to registration); for example: sausage «Ukrainian», cheese «Pyriatyn classic»; qualified indication of origin of goods combines two terms: name of the place of origin (MP) of the goods + geographical indication (GZ) of the origin of the goods subject to registration; for example: cognac «Tavria»; dry wines «Balaklava», «Magarach», «Meganom»; sparkling wines «New World»; Myrhorodska mineral water.

Thus, Ukraine has undertaken from 01.01.2016 to refuse registration as marks for goods and services of designations that are identical or similar so that they can be confused with the geographical indication of the EU. For a transitional period of 10 years from the date of entry into force of this Agreement, the protection of such geographical indications under this Agreement shall not preclude the use of those geographical indications for the designation and presentation of certain such products originating in Ukraine: Champagne, Madera, Porto, Jerez / Xeres / Sherry, Calvados, Grappa, Anis Portugues, Armagnac, Marsala, Malaga, Tokaj.

Table 1

Retrospective of regulations in the field of geographical indication of origin of agri-food products in the EU

Year of adoption	Legal act	Scope of regulations and direction of its action
1883	Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Ukraine has not signed it)	Preventing counterfeiting of goods by geographical indication, quality, ie key (consumer) characteristics, their perception by specific consumers, the development of rules of application and protection
1891	Madrid Agreement on the Cessation of False or Misleading Goods Receipts	
1958	Lisbon Agreement on Appellations of Origin and International Registration	
1994	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights («TRIPS Agreement»)	
90 p. XVIII century	Multilateral agreements: a) free trade area; b) a deep and comprehensive free trade area	The need to develop international legislation in the field of protection of intellectual property, its patenting, property rights and use, legal protection and liability for infringement or misappropriation of use
1991	Council Regulation (EEC) № 1601/1991 «On general rules for the definition, description and presentation of aromatized wines, aromatized wine drinks and aromatized wine cocktails and rules for its use»	
1992	Regulation of the Council of the EU № 2081/1992 «On the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs»	
1999	Regulation of the Council of the EU № 1493/1999 «On the common organization of the market in wine»	
2006	Council Regulation № 510/2006 «On the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs and rules for their application»	
2007	Regulation of the Council of the EU № 1234/2007 «On the establishment of a common organization of agricultural markets and the specific provisions relating to certain agricultural products and the rules for its application in the light of amendments to Council Regulation 494/2009»	
2008	Regulation (EC) No 110/2008 of the European Parliament and of the Council on the definition, description, presentation, labeling and the protection of geographical indications for alcoholic beverages and repealing Council Regulation (EEC) No 1576/1989 and its rules of application	
2011	Regulation of the European Parliament and of the Council № 1169/2011 «On the provision of consumer information on gluten-free and low-content foodstuffs, amending Regulations (EU) № 1924/2006 and № 1925/2006 of the European Parliament and of the Council»	
2012	Regulation of the European Parliament and of the Council № 1151/2012 «On the definition, description, presentation, marking and protection of geographical indications»	
2013	Regulation of the Council of the EU № 1308/2013 «On the definition, description, presentation, labelling and protection of geographical indications of wine».	

Source: formed by the author on the basis of consolidation [5]

At the same time, according to the official translation of the Association Agreement Of the International Obligations and generally accepted standards in the field of protection of geographical indications. Ukraine-EU, goods with a geographical indication are not just a brand or a registered trademark, but a protected name used to protect a product, the quality, reputation, traditions or other properties of which are determined by its geographical origin and provided that at least one from the stages of its production is carried out in this geographical area. Yes, cognac should be produced only in the city of Cognac, and champagne - only in the Champagne region. There are three types of geographical indications – protected designation of origin, protected geographical indication, guaranteed traditional feature. Among the countries using the above-mentioned objects of industrial intellectual property, on the 1st place France (450 units – 33.7 %), then - Italy (412 units – 30.9 %), Spain (111 units – 8.3 %), Portugal (69 units – 5.2 %). In addition, 327 GZ (8 % of the total number of registered) were registered, which relate to alcohol-based alcoholic beverages [9].

One-fifth of the profits from the sale of agricultural products and beverages, the names of which are protected in the list of «Geographical Indicators» (GIs) of the European Union, are the result of exports of these products outside the European Union. According to the results of the study, sales of goods with protected geographical names are on average twice as high as those of similar goods without appropriate certification [9]. In total, as of March 2020, the list of «Geographical Indicators» of the EU included 3322 product names. The first geographical indication of «Hutsul sheep bryndza» cheese has already been registered in Ukraine, and other officially registered geographical indications are to appear soon. «Kherson» watermelon, «Melitopol» cherry, «Transcarpathian» wine will cease to be only definitions of their region, and will become almost such as champagne, cognac and brie [10]. It should be noted that such changes create additional benefits for producers, consumers and the region itself (Table 2).

Table 2

Advantages of introducing geographical indications in Ukraine

Advantages of introducing geographical indications in Ukraine		
Consumer level	Manufacturer level	Region level
1) guarantee of quality of goods with special regional characteristics; 2) protection against forgery; 3) the naturalness of the product and its components; 4) acquaintance with the culinary heritage of a region	1) confirmation of high quality, uniqueness and traditional products; 2) the ability to increase sales by entering new markets 3) increase the competitive advantage of products; 4) indicator of belonging to the premium segment; 5) protection against counterfeiting	1) preservation of local traditions; 2) increasing the tourist attractiveness of the region; 3) growth of employment of the local population; 4) business development and filling local budgets

Source: formed by the author on the basis of consolidation [11]

Thus, Ukraine should standardize its geographical indications and develop them. A geographical indication is a specific collective brand used to indicate a product that can be identified by place of origin and that meets certain criteria of quality, tradition, uniqueness, which creates special competitive advantages in international markets.

Conclusions. The results of the study show that the initiated process of harmonization of national legislation with EU standards has initiated the adaptation of domestic legislation in the field of intellectual property to EU law and the provisions of the Association Agreement between Ukraine and the EU. Approximation of Ukrainian legislation to the EU norms on protection of geographical indications allows to harmonize the national system of their protection in the process of foreign economic activity with relevant EU regulations, which will promote competitive domestic geographical indications and their effective entry into the European market in the form of regional brands.

The subject of further research should be the development and construction of specific marketing mechanisms for the formation of brands of regional products of domestic manufacturers in order to expand their sales and promote Ukraine in international markets.

References

1. Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_683
2. Ukrayinski vyrobnyky dosi ne mayut nalezhnogo dosvidu vykorystannya geografichnyx znanachen na rynku YeS. Nacionalna Akademiya agrarnykh nauk Ukrainy. URL: http://naas.gov.ua/newsall/newsukraine/?ELEMENT_ID=5987
3. Krysanov D. Geografichni zaznachennya poxodzhennya agropodovolchoyi produkciyi: yevropejskyj dosvid i vitchyznyani perspektyvy / D. Krysanov // Ekonomist. – 2014. – Vol. 10. – S. 18–24. URL: <http://ua-ekonomist.com/archive/2014/10/Krysanov.Pdf>
4. Oficijnyj portal parlamentu Ukrainy. Verhovna Rada Ukrainy. Rozdil «Zakonodavstvo Ukrainy». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main>
5. Rozvytok zakonodavstva u sferi oxorony geografichnyx znanachen. Ministerstva yustyciyi Ukrainy. URL: <http://www.minjust.gov.ua/4495>
6. Zakon Ukrainy «Pro oxoronu prav na zaznachennya poxodzhennya tovariv» vid 16.06.1999 № 752-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/752-14#Text>
7. Ugoda pro asociaciyu mizh Ukrainoyu, z odniyeyi storony, ta Yevropejskym Soyuzom, Yevropejskym spivtovarystvom z atomnoyi energiyi i yixnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoyi storony. Ratyfikovano iz zayavoyu Zakonom № 1678-VII vid 16.09.2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text
8. Androshhuk G. Ugoda pro asociaciyu z YeS: naslidky dlya instytutu geografichnyx znanachen v Ukraini / G. Androshhuk, A. Afyan // Teoriya i praktyka intelektualnoyi vlasnosti. – 2014. – Vol. 6. – S. 48–59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpiv_2014_6_8
9. Koptilin S. Zaxyst geografichnyx znanachen zgidno z Ugodoyu pro asociaciyu mizh Ukrainoyu ta YeS / S. Koptilin // Yurydychna Gazeta Online. URL: <https://jur-gazeta.com/publications/practice/zahist-intelektualnoyi-vlasnosti-avtorske-pravo/zahist-geografichnih-zanzachen-zgidno-z-ugodoyu-pro-asociaciyu-mizh-ukrainoyu-ta-es.html>
10. Alberto Ribeiro de Almeida. EU Legal acts – PDO, PGI and TSG // TAIEX-2. URL: <https://www.agroosvita.com/>
11. Infografika pidgotovlena spilno z proektom YeS «Pidtrymka rozvytku systemy geografichnyx znanachen v Ukraini». Predstavnyctvo YeS v Ukraini. URL: <https://eu-ua.org/digest/2484>

Paper received: 23.08.2020

Paper Printed : 30.09.2020

UDC 746.4

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-19

ELSAYED AHMED ELNASHAR

Full-Professor of Textiles & Apparel, Faculty of Specific Education, Kaferelsheikh University, Egypt

LYUBOKHINETS L., TANASIENKO N.

Khmelnitskyi National University, Ukraine

ANALYTICAL STUDY OF BUSINESS MODELS IN FASHION THEORY STRATEGY FOR GLOBAL MARKETING

Analytical Study Of Business Models In Fashion Theory Strategy For Global Marketing, and there is no any study of this Megastore, and this research study investigate the international brands of Benetton as brand Lifestyle. The brand has been analyzed by the current parameters of brand analysis, overall brand perception, brand associations, and brand involvement, as well as two factors - the difference in consumer areas in Cutis's convergence to international brands on regional brands. Snowball method to collect data, on Facebook pages also poster in their WhatsApp a device or conduit for supplying materials. P-P ANOVA, multivariate tests, and T tests. The criteria for this study concern the relationship of consumers in cities to global brands and regional differences in cities. As the economy grows stronger, so does the convergence to purchase international and domestic brands. This feature of economics in global marketing attracts global brands to create stores in global marketing.

Keywords: Branding Theory, Strategy, United Colors, Benetton, Fashion Marketing.

ЕЛЕЙСАЙД АХМЕД ЕЛНАШАР

Факультет спеціальної освіти, Університет Каферелшейха, Єгипет

ЛЮБОХИНЕЦЬ Л., ТАНАСІЧКО Н.

Хмельницький національний університет

АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В СТРАТЕГІЇ ТЕОРІЇ МОДИ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

У статті проведено аналітичне дослідження бізнес-моделей в стратегії теорії моди для глобального маркетингу. Досліджено вплив міжнародного бренду Benetton порівняно з місцевими брендами на споживачів у глобальному маркетингу. Проаналізовано як загальна ідея, асоціація, сенс бренду, прихильність до бренду впливають на оцінку споживачами певного бренду порівняно з різними брендами.

У дослідженні використовувалось самокероване опитування 45 осіб в магазинах Benetton, а також за допомогою соціальної мережі Facebook та месенджера WhatsApp. Основу дослідження складають дескриптивне дослідження; кількісний аналіз; метод збору даних сніжної кулі.

Виявлено вплив міжнародного бренду на споживачів у глобальному маркетингу порівняно з місцевим брендом. Зі зміцненням економіки зростає придбання міжнародних та вітчизняних брендів, що стимулює компанії світових брендів до відкриття магазинів в глобальному маркетингу.

Ключові слова: теорія брендингу, стратегія, Бенеттон, маркетинг в індустрії моди.

Introduction. Benetton Branding Group is a global brand, founded in Poncciano Veneto, Italy. The description contains a derivative referring to the original Benetton family that founded the company in 1998. The company has a network of stores in major global markets such as Europe: Italy, the United Kingdom, and from Asia: China, global marketing, and others. The Benetton Corporation is well-known for its sponsorship of a number of authentic and exciting sports and advertising, "Colors of the United". These statements were selective and sometimes revolutionary. Benetton comes in the global marketing field one thousand nine hundred and ninety-one, while since then it has rapidly expanded into urban cities and other cities, large and small [3, 4].

There are brands and slogans around us, in billboards along the highway, for ads wearing yellow buses, subways and taxis [1], branding has proven to be an important marketing strategy only in non-commercial society such as government groups and charities. This can be used to enhance nudging, which an activity is involving physical exertion and skill in which individual identity, fame, and cities are present. The trademark industry standard architecture has divided it according to a core technology to allow the quiet operation of the mall economy [8], and some country-specific brands are better than others in countries that have raised the issue of impacting cultural homogeneity [2], but brands are products that create an impact. The identity of the product is based on the intention of the consumer.

The right brand can lead to large total revenue not just for producing one of the products associated with that brand [5, 9], with guaranteed characteristics while making it unparalleled; A personal, relational, social and cultural approach, major industry groups question brand strategy and group models at regular intervals, and whether their branding strategy is effective, as they are used to indicate possible formal types of strategies that can be implemented within industry groups, although the terminology tends to be Affiliate, "holding companies" and "company" are to be used in this context, they are structurally representative of brand strategy models - issuer brand (a) and approved brand (b) comprehensive brand (c)). But besides these terms, it is clear that the impact on the subsidiary companies (sub-brands) is not the same [5, 9].

Brand branding forever has been described as a powerful tool and its interest in thriving in its position among consumers. Due to the massive heroism between brands and changing consumers on international markets,

brand evaluation becomes more difficult. Consumer behavior constantly uses brand name and various production characteristics as references for knowledge that aid in decision-making procedures [5, 9].

Brand association is related to the feature, trait or attribute that makes consumers more specific to the brand and distinguishes them from other brands [11]. Cognitive subtlety and emotional value is the main contribution of the brand relationship as they are critical factors in the product. Sentimental value is defined as the value that relates to an individual's consciousness or the emotional state of an individual or denotes his or her acquisition of an emotion of happiness either in the process of buying or consuming a brand. Quality perceived value is achieved as a consumer or subjective assessment of overall excellence or product excellence.

Brand awareness is related to (a) the ability of consumers to follow the brand in various circumstances, (b) the possibility of the brand appearing easily in the minds of consumers. Likewise, increased brand awareness raises the likelihood while substantially more brand investigation is undertaken during purchase. Brand image is generally seen as a consumer product that connects certain brand attributes or traits with consumer memories and creates global impressions of the brand. It is quite evident that brand image and awareness influence the overall brand look and feel [9, 12]. Brand loyalty was special as a great strategy for branding to gain the privileged purchase of the market. Additionally, brand loyalty was seen as a long-term, long-standing bond with the brand. Likewise, Gadek while improving economies such as global marketing, Taiwan, China and Korea emphasized the brilliance or loyalty of Western and advanced brands. Another important component of brand commitment, intent to buy, indicates that consumers tend to buy some brands routinely compared to other brands [5, 9].

To understand the scale of luxury and the prospects for fashion in global marketing, there is a need to consider this connotation from two different points of view. The particular initial attitude towards is that of the consumer, who until a decade ago was an unwelcome spectator in the realm of fashion brands. They have looked to the rich tradition of global marketing, The other perspective is the international company and global marketing that is already in the market or who will be in the near future and looking for a permanent wild where they want consumers to be increasingly involved in global marketing [6, 9].

Selling goods to the public in relatively small quantities for use or consumption instead of the resale market since the beginning of the economic rehabilitation in global marketing in the late 1980s, the apparel sector has been a major contributor to global brands. Currently there are more than 200 global brands in the rapidly growing global apparel retail market [13], however, you should always keep in mind that the market in global marketing is unique and in many western countries. However; there are also a small number of similarities with other Africa, Asian economies such as Korea and China. Big international brands were forced to create a completely different site for their home countries which included price correction and investment in developing new products such as body structure, marks & spencer [13].

In markets such as global marketing or the United States of America, anywhere there is a towering category of competition levels and product differentiation, and sometimes the degree of information conveyed to a person purchasing goods and services for personal use varies regionally, and differences in acceptance and branding differ greatly. Brand preference stems from these agents and ultimately determines consumer segmentation for a particular class of brands [13], the consumer market differs between these areas, as a recent study conducted in the field of global marketing showed, where consumers revealed that the level of affluence caused changes in brand acceptance [10]. Global marketing contains a mixture of individual and group cultural trends, with country differences that permanently influence or influence consumption [10]. Levels of economic prosperity will determine brand preference. The amount of money expected from label products in this case from the main service to determine [7].

The Problem and Objectives. Every year Benetton, a historic clothing brand with 5,500 stores in more than 100 countries, is one such group. Produces more than 120 million items of clothing, shoes, and accessories and a large amount of information in the form of catalogs and specific content management that should address each seasonal group [15] and promotions and marketing messages for each point of sale. The goals are: - To analyze the emotional brand value, perceive the accuracy of the Africa, US and Europe brand and the domestic brand - To analyze the brand awareness, the brand image of the US brand, the brand of the European and domestic branded countries. To analyze brand loyalty and the purpose of purchasing the American brand, European brand and ideological brand. Provides literature on market governance and market leadership and analyzes change in the Benetton market from market leadership. In addition, the studies use linear data of a standard unit used to express the magnitude and degree of success of a market-driven trend – to address the remaining shortcomings of this interdisciplinary literature.

Research design. This paper research is designed to elicit the influence of the international brand on consumers in global marketing compared to the local brand and is characterized by the competition of the original American brand over the brand of the European source and the future implications of developing the source brands for us in global marketing. It is also planned to analyze the way in which the overall idea, sense of brand, brand organization, and brand commitment affect consumers' appreciation of a particular brand in comparison to different brands. Relevant research design is used for this article. Benetton is today a leading brand in 45 people in cities. The retail network is a mixture of good and premium warehouses. Benetton International sourcing is also used as a global marketing marketplace as mostly youth apparel. Descriptive research is a type of experimental general research that is frequently used to provide descriptive confirmation and hypothesis about a specific community, such as the distribution of certain characteristics of the clothing consumption patterns of international brands. The study used a self-managed survey of 45 Greenlight people at Benetton's new urban store, Global Marketing, which was

officially opened by Alexander Wurz today [3, 4], CT scanning becomes useful in important ways because it is an effective mechanism for sympathetic connections. This type of study allows the researcher to study massive numbers of forty-five people in small amounts of time and at low cost.

Methodology of Research. Quantitative analysis of opinion-based research in this study, research-based research methods consist of plotting a set of hypotheses, analyzing the terms of relevance of these assumptions and formulating the various analyzes that are constructed on the study questions. An effective way to measure data from forty-five sample groups according to questionnaires and test emotions or preferences, this method is cheap and very easy, where budget is a problem, and it gives an element of opinion and emotion. It is qualitative at the minimum giving relationship to the measure of severity. The survey was distributed to Benton city visitors, global marketing via Facebook and whatSapp to reach global marketing participants. Snowball's method of collecting data although the sample is small but evenly distributed in cities, global marketing. Also the first responders who polled posted it on their Facebook wall of whatSapp. Sample data were collected as a quantitative aim to show what a whole looks like within 20 days, and sampling can be considered as an evaluation sample in the social computing field. For example, in the interview stage, snowball samples [14] can be used to reach hard-to-reach populations.

Brand Selection Instrument and Measures. The Benetton brand of the United States of America, Africa and European, international and international marketing were selected as the region for this study. The Benetton International Show is Benetton, the European Benetton International brand is the standardized colors of Benetton where the local urban brand is Benetton, the global marketing. It has a strong audience through its single brand - merchandise and multi brand outlets in large, mega and medium-sized cities are sold via global marketing. Measuring brand community in cities, common brand impressions of opinion about something, brand commitment, emotional value scale, knowledge of perceived quality again, awareness By brand, brand loyalty or loyalty and intent to buy, which is a measure of consumers' attitudes toward international products versus global marketing products that use the US brand in cities.

Results and dissections. The sample consists of cities in global marketing and other large cities and the attempt was to cover the cities of the global marketing area. The sample is designed and includes professionals and students regardless of their gender, and the age group is the same age group for young college graduates between the ages of 19 and 29, so try to cover this research from 19 to 35 years old and middle class income throw the maximum, middle class In these cities. The sample strength of forty-five people on whatSapp and Facebook usage was collected from 45 valid questionnaires, 37.8 % of whom were women. The age of the respondents is forty-five, with an average age of 19–35 years. The study consisted of predominantly married couples who were recruited by some form of work with formalization of students being the second largest group. Multiple respondents supported shopping for clothes 3–5 times a year, and respondents continued to purchase goods from stores for 5–8 times and more than 10 times. The expenditures for each season are shown on purchases of clothing from the study sample. Most of the participants spend between 10,000 Egyptian pounds (\$ 2,700) in a given season. The random selection of cities in global marketing In the previous sections, we discussed the situation where each individual, if asked, names different individuals to a particular population group according to certain criteria; For example, "his best friends." In this section In Cities, Global Marketing, we will briefly discuss a situation in which each person names another randomly chosen person (s). In this case, the expected number of $k + 1$ nodes per person (ie, one person + k) will be one k direction relationships and the expected number of individuals who will be $k + 1$ person

$$N \left[\binom{N-1}{k} \right]^{-k} / (k + 1) = \left(\frac{N}{k+1} \right) \binom{N-1}{k}^{-(k+1)} \quad (1)$$

Cliques will be $N \left[\binom{N-1}{k} \right]^{-k}$. The expected number of $s+1$ circular relationship (i.e., $s+1$ person s step one direction relationships) will be

$$N[(N-2)^{[0-1]} / (N-1)^0 / (8+1)] = \left(\frac{N}{s+1} \right) [8^{[s]} / (N+1)^{0-1}] = (N)^{[0-1]} / (N+1)^{0-1} (8+1) \quad (2)$$

Reliability Analyses. The study looks at the reliability of the elements of brand analysis, with all elements being highly reliable. Each number 0.6 takes into account the effectiveness of accuracy with the questions presented in the survey. In cities, and global marketing, consumer a response to brand analyzes differs between global brands and domestic brands with regard to differences in provinces. The researchers used the p-p chart which includes more than three independent groups. Analyze the p-p chart of ANOVA using SPSS 16.0 for a design analysis in which the repetitive scaling factor (i.e. within the material) is measured by an inter-subject factor (i.e., the processing variable). Here among the topics of the fields is an urban factor in global marketing. This research plans to test assumptions based on whether boycotts in global marketing have any influence on brand components analyzing components that influence brand choice; Consumers in global marketing prefer Benetton or Benetton of European origin or Benetton in the Kingdom of global marketing origin for global marketing. The second part of this study is an analysis of the impact of global marketing position on global brands and the components of brand analysis (i.e., branding community, common brand impressions of influence, brand commitment) on multivariate tests involving two or more variable quantities. Consumer affinity for global marketing with global brands has been divided into three factors: High (1), Medium (2) and Low (3). To test the significance of the three Benetton markers with all, T-tests were performed of accompanying samples.

Table 1

Reliabilities attribute of Benetton brand factors analyses in cities global marketing

Streamline Subject	Clause	Vocabulary questionnaires	45				Mean	*T Mean
			low (1)	medium (2)	high (3)	Total		
Benetton Brand-specific association	Emotional value (5[1-5] items)	Be one that I enjoy	3	12	108	123	2.73H	2.66
		Make me feel good	5	22	87	114	2.53 H	
		Give me pleasure	4	12	105	121	2.69 H	
		Make me want to use it	3	14	105	122	2.71 H	
	Perceived quality (3[6-8] items)	Be Reliable	5	22	87	114	2.53 H	2.65
		Be durable	4	12	105	121	2.69 H	
		Be high quality	3	12	108	123	2.73 H	
	Benetton of General impression brand	Brand awareness (3[9-11] items)	We can identify this brand among competing brands	3	14	105	122	2.71 H
We are aware of this brand			5	22	87	114	2.53 H	
We can speedily remember the logo			6	24	81	111	2.47M	
Brand image (2[1-213] items)		Have good reputation	6	26	78	110	2.44M	2.58
		Be prestigious brand	3	14	105	122	2.71H	
Brand commitment	Brand loyalty (2[1-415] items)	We are loyal to the brand	5	12	102	125	2.78 H	2.82
		This brand is my first selected among competitive brands	3	12	108	129	2.87 H	
	Intention to purchase (2[16-17] items)	we intend to buy this brand frequently	2	10	114	126	2.80H	2.72
		We plan to buy this brand often	5	12	102	119	2.64H	

Results of Repeat Measure Reliabilities Attribute of Benetton Brand Factors Analyses in cities global marketing (P-P Plot) Analysis, Where: 0.5≤1 <1.5(L) , 1.5≤2<2.5(M), 2.5≤3<3.5(H)

Particular foundation of brand. The main influence of regional differences in the global marketing of cities and the type of brand or brand organization pushing to help H1a, while respecting shared emotional value and quality of significance, in expressing significant emotional value interactions in Benetton brands in reference to Table 1. The main and interactive influences are Regional differences in cities and brand type on brand links serve as partial support for H in relation to brand image only. In terms of brand awareness, which was important to Benetton and the results revealed a brand image of it, well above the Benetton estimated average. The main and interactive influences of association with international brands and brand type as a community lead to partial H support of emotional value. To express the emotional value of the Benetton brand, likewise, in Benetton, the high-quality results revealed the perceived results of the Benetton brand in Table 2.

Table 2

Case Processing Summary and Estimated Distribution Parameters

Series of (Sequence Length)		Be Reliable	Be durable	Be high quality
		47	47	47
Missing Values in the Plot	Negative	2a	2a	2a
Missing –User		0	0	0
Missing –System		2	2	2
Normal Distribution	Location	.0000	.0000	.0000
	Scale	1.00000	1.00000	1.00000

The cases are unweighted, a. The minimum value is 1.000, the cases are unweight.

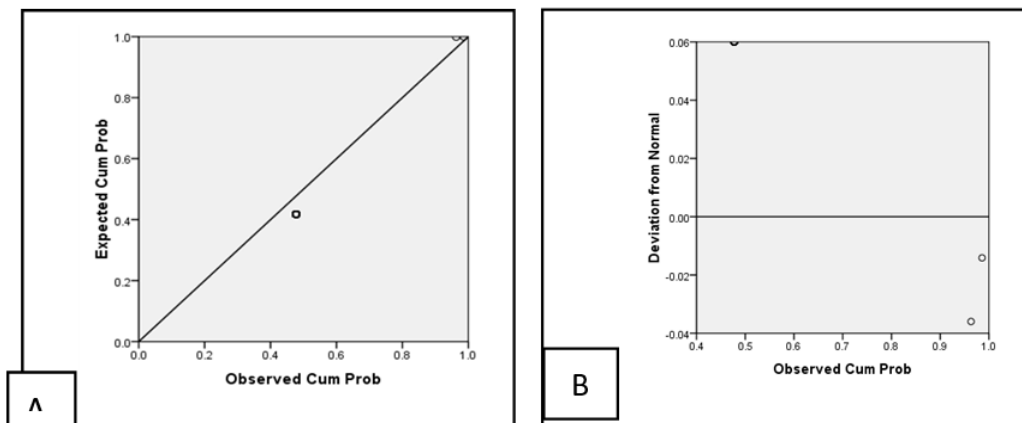


Figure1. (A, B): Normal P-P Plot of Be high quality (A), Detrended normal Be high quality (B)

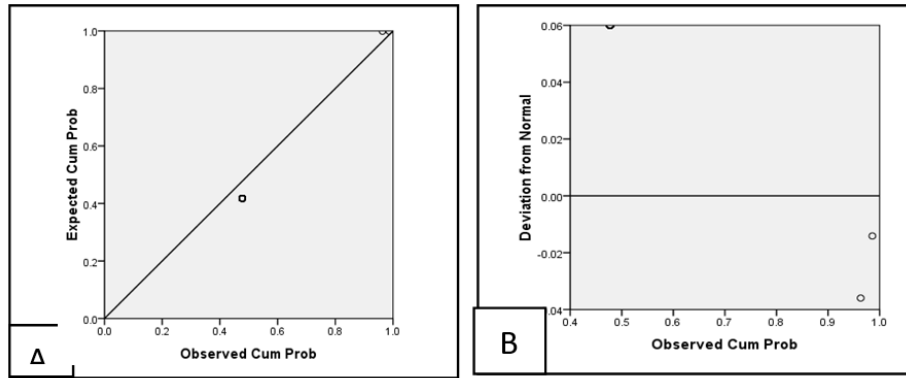


Figure 2. (A, B): Normal P–P Plot of Be durable (A), Detrended Normal of Be durable (B)

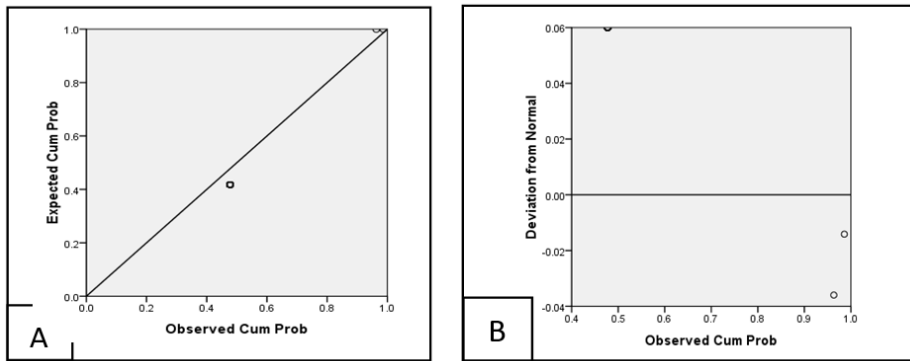


Figure 3 (A, B): Normal P–P Plot of Be Reliable (A), Detrended Normal of Be Reliable (figure B)

Particular Foundation Brands. The particular basis of the results should be indicated in Table 2 which are important to each other in terms of affective value: Benetton vs. (p < 0.01) and Benetton vs. (p = 0.001). Likewise, with appreciation for perception or quality of perception, the baseline significant series was Benetton versus p < 0.01 and Benetton versus (p = 0.001). Together in brand privacy, the Benetton reciprocal action was important for reporting results.

Emotional Value. To analyze the region's trademarks in global marketing in terms of perceived sentimental value and perceived quality, brand communication is considered outdated associated with the advantages and features that make consumers of the specific brands. Cognitive quality and sentimental value is the key to the measurable extent of some type of brand relationship because there is an exacting influence that contributes to an outcome in understanding the product. The emotional branding value of international and local brands in city center can be defined as the value of the approach amount to the consumer perception of a particular brand. When brands begin to fulfill people-based needs, they convey the value that places them on an equal footing, as it does with branding. Consumers begin to give emotional value to a brand that fully or substantially meets their needs. Whether they are starting to believe that consumers are paying for brands' value. These objectives should focus on achieving the market desire advantage. The quality of cognitive characteristics can be fully defined as a subjective consumer evaluation of the excellence of some brands. From a consumer point of view, brand quality is an important aspect of influencing brand perceptions. The significant presence of a small or low group of Benetton brands reveals that the affinity for global brands is not as strong as suggested in the literature. At Benetton International Brands, the high affinity group was the leader of the group. In any case for a domestic brand, an automatic group of consumers did not decide on affinity with the leading global brands from the other two convergence groups. A partial premise has been bolstered in support of Benetton as a great branding option with the Benetton Shopping Center.

Table 3 shows the results of an analysis of duplicate measures of boycott and branding impact on branding brands, common brand impressions, and brand commitment.

Table 3

Presentation of case treatment summary results

		Which he enjoys, be one of them	It feels good	Make me feel good	Want to use it	Comfortable Feeling in using it
Series or Sequence Length		47	47	47	47	47
Missing Values in the Plot	Number of Missing Values in the Plot	2 ^a	2 ^a	2 ^a	2 ^a	2 ^a
Missing – User		0	0	0	0	0
Missing – System		2	2	2	2	2

The cases are unweighted, a. The minimum value is 1.000. Normal P–P Plot (A) , Detrended Normal (B) as the following figures.

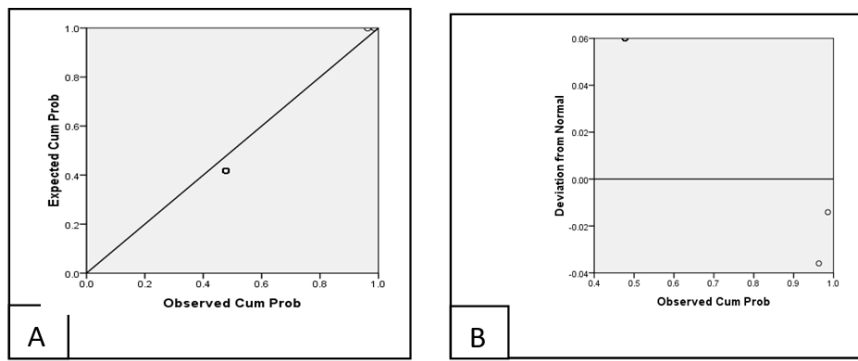


Figure 4 (A, B): Normal P–P Plot of Be one that I enjoy(A), Detrended Normal of Be one that I enjoy(B)

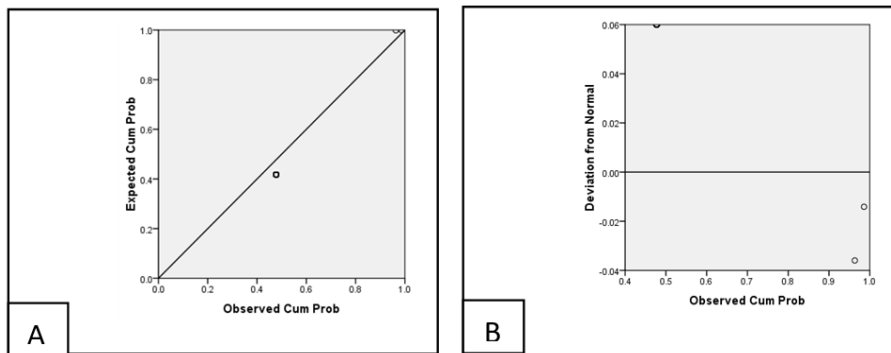


Figure 5 (A, B): Normal P–P Plot of Make me feel good, Detrended Normal of Make me feel good (B)

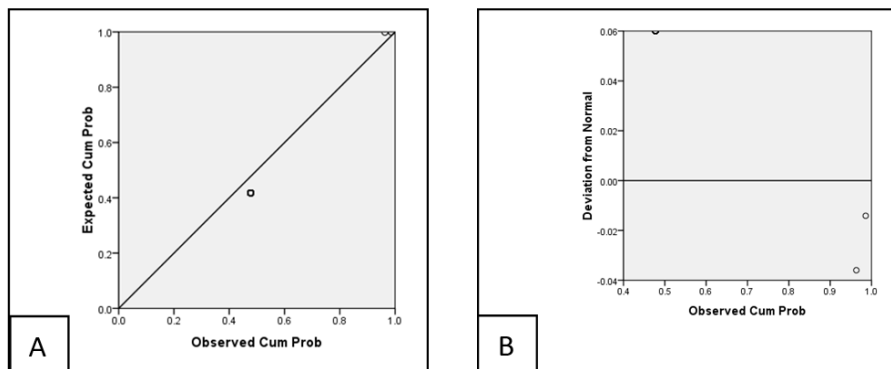


Figure 6 (A, B): Normal P–P Plot of Give me pleasure (A), Detrended Normal of Give me pleasure (B)

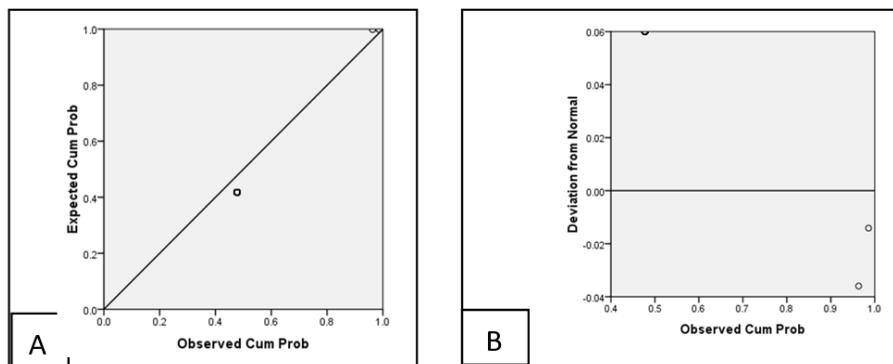


Figure 7 (A, B): Normal P–P Plot of Make me want to use it (A), Detrended Normal of Make me want to use it (B)

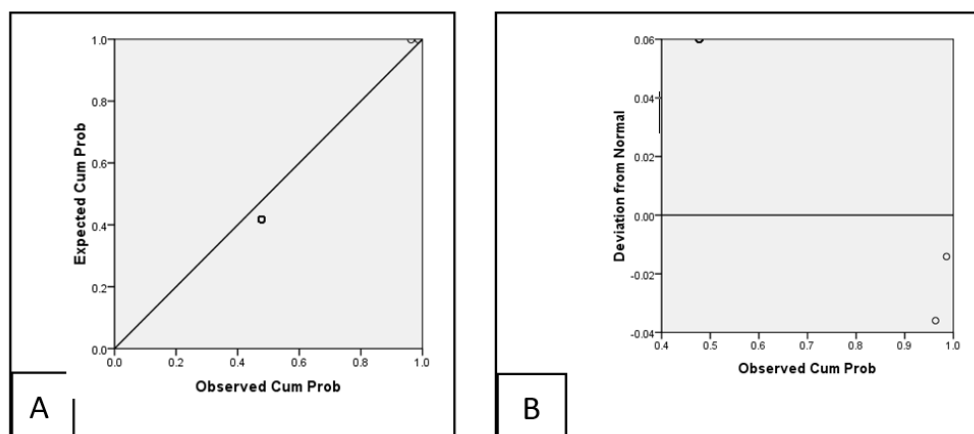


Figure 8 (A, B): Normal P-P Plot of feel comfortable Using It (A), Detrended Normal of feel comfortable using It (B)

Perceived Quality. The perceived quality of the group's international brands had a significantly greater affinity for the groups. Often a home brand, affinity or consumer affinity group, they haven't made a decision about affinity with leading global brands in the low, high, or low affinity groups. A hypothesis not supported in favor of any of the Benetton brands.

Benetton of General Impression Brand. The results of "generic brand impressions" should be referenced to groups closely related to each other in terms of brand awareness. Likewise, for brand image, related groups of people were important in the report findings after a thorough investigation.

Premium Branding of Benetton. Demanding a premium price to develop strong consumer's emotional attachment For Benton International scores, the range of high convergence was equal to the mean of the convergence zone relative to the mean of the mean convergence. In the case of domestic brand, comparison groups as consumers who did not make a decision about affinity with the leading global brands from the other two convergence groups. There is a supported hypothesis for any of the Benetton signs. Cities in global marketing showed a more positive acceptance of Benetton, showing a similar acceptance. Convergence levels with international output were offsetting in the Benetton categories; and it is done well to distribute the information collected evenly through the survey.

The categories are: (h) High affinity between international brands. (M), average affinity for global brands; and (l) low or low affinity for global brands. Branding analyzes the components that include brand regulation (perception quality and emotional value), general branding of sentimental impressions (brand image and brand awareness) and brand commitment (brand fidelity or loyalty and intent to buy).

Consumer Education Models. Communication & Awareness Use Matters-Education about proper use & efficient laundering practices Promotion of 'buy less for more' concept with manipulative marketing campaigns e.g. Patagonia of Brand image for analyze the brand awareness in a row and cast the image in the cities area, the impact of the brand's impression on the consumer was not wider. It is traditionally associated with the marketing department of any company with consideration of the profit share of the company's revenue. The conceptual framework was developed to create the term "brand perceptions" using features of brand image, branding, and awareness of the past. This study compares the level of consumer brand awareness and the image that ranges from the American brand to the European brand countries with the brand in global marketing, taking into account that the global marketing consumer as a person who buys goods and services for personal use will also have a more appropriate behavior towards global brands. It reveals the high presence of minimal affinity for Benetton brands affinity for strong global brands as the literature suggests. Consumers who haven't made a decision about affinity with leading global brands from other affinity groups. Partial premise of Benetton as the flagship brand.

Table 4

Summary of case processing and estimated distribution parameters

		Have good reputation	Be prestigious brand
Series		47	47
Missing Values in the Plot	Zero Before Log Transform	2 ^a	2 ^a
	Missing – User	0	0
	Missing – System	2	2
Normal Distribution	Location	.0000	.0000
	Scale	1.00000	1.00000

The cases are unweighted.a. The minimum value is 1.000

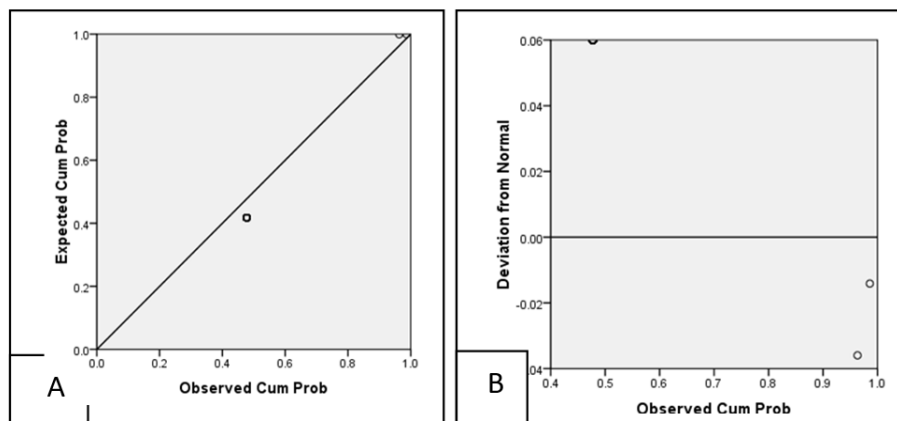


Figure 9 (A, B): Normal P-P Plot of Have good reputation, Detrended Normal P-P Plot of Have good reputation

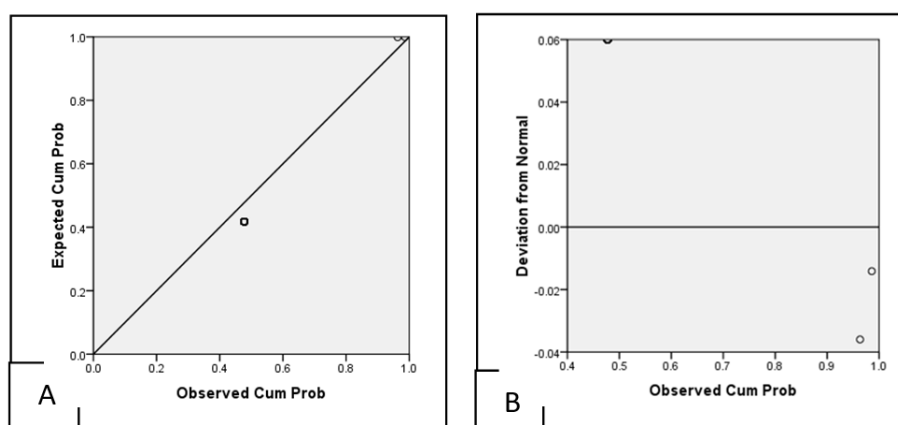


Figure 10 (A, B): Normal P-P Plot of Be prestigious brand (A), Detrended Normal P-P Plot of Be prestigious brand (B)

Brand Commitment. High Degrees of craftsmanship, timeless design (following People Tree approach) Brand commitment is the main and interactive influence of the convergence of international brand types on the duty or commitment of the brand that leads to the full support of H for both brand loyalty and intent to buy. The brand has revealed its intention to purchase the Benetton brand. All results should be indicated in Table 4: The important groups associated with brand loyalty are Benetton vs. in terms of loyalty, Benetton was only important in pointing out the similarities between interaction area interactions by region and brand type, revealing the buyer's brand intent that Be Benetton; There are important interactions between Benetton businesses that impart quality of loyalty and intent to buy.

Product Longevity Brand loyalty. Intention to purchase Following the approach of repairing worn out jeans free of charge Buying, redesigning and selling vintage clothes next to the regular collections. To analyze brand loyalty and intent to purchase a home brand individually and in the already mentioned order (used when enumerating two or more items or facts referring to a previous statement). Ongoing willingness to become fully aware of the value trend Relationship as a treatment for branding is defined as a commitment to a brand that can be compared to a brand commitment to a consumer commitment that consists of two influencing and continuing components. Through this consumer commitment theory, a brand's commitment can be linked to its attributes - quality of loyalty and intent to buy the emotional component coincides with buying intentions and the component with brand loyalty. Brand loyalty is the recognition of a long-term and long-term relationship with the brand where the new era is a necessary planning for the brand to reach the achievements of a competitive market. Brand loyalty is also referred to as the complex mixture of behavioral and behavioral elements that some see as the strength of the relationship between these elements.

Intention to purchase environmental throw: we maximize material & energy, we create value; we create value from waste, we substitute with renewables and natural processes efficiency, to recognize the consumers' tendency to acquire specific brands as part of a normal procedure and not for a special reason. Also the kind of emotional commitment that became increasingly strong to resume their brands; Distinguishing a particular brand is an incentive for consumers to purchase these products. Buying intent is affected by the brand's reputation, and there are areas for better data analysis; they are grouped into a class to expand the number of participants evenly. The three categories are indicated by the abbreviations that break up the brand, the components that comprise the brand community, and the value of emotion; understand the quality of the brand's perceived global influence of impressions and image, brand awareness, loyalty and intent of the brand, and intentions of purchasing urban areas.

The lowest or lowest group of Benetton brands is that of proximity to strong international brands. It differs from traditional snowball sampling in two ways. First, while snowball sampling usually involves an incentive to participate, this study also used a combination of materials and code for the opportunity to help.

Conclusion. Take Back Management; Reuse and Resell business model in second hand sector, Collection based shopping schemes, the assumptions of the objectives of this research were confirmed in the face of the flagship brand of Benetton. In this study of consumer convergence in global marketing with global brands and regional differences in cities, economic strength is increased; the convergence is increasing for the purchase of international and domestic brands. Efficiency in manufacturing & transportations – Locally Made, Globally Relevant. The study takes precedence over the type of consumer studies already conducted in global marketing, where Benetton has studied brands. The study clearly revealed that cities had similar branding or branding options while cities were very different. Cities have a minimal hint at the international brands of their peers; the county district is in need and continues to develop. Cities have shown more acceptances of international brands than domestic brands. The urban district is the extreme advance among the geography area in global marketing. As the stage of human social development and organization which is the most advanced and advancement of the retail industry as urban consumers will develop, consumer choice will develop in cities and there will be more transformations. In the global marketing of cities, there is a fast growing economy dependent on a strong private sector with a brand conscious consumer. This feature of the global marketing economy allows global brands to set up stores in the country. The study can be a starting point for other scholars to study in depth about brands in global marketing; Consumer choices international and domestic as well as in global marketing. Finally, the consumer market in global marketing is always changing, which opens up new possibilities and brands must take advantage of this booming space.

References

1. Anders Hampf & Kirsti Lindberg-Repo (2011) Branding: “The Past, Present, and Future: A Study of the Evolution and Future of Branding” Hanken School of Economics Department of Marketing, Distributor: Library Hanken School of Economics, P.O.Box 479 00101 Helsinki, Finland
2. Bastos W., & Levy S. J. (2012). A history of the concept of branding: practice and theory. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(3), 347-368.
3. Elsayed Elnashar(2000): thesis entitles "Design of Database for Forecasting the Specification of Woven Fabric Design for Ladies Dresses". University of Helwan, Cairo, Egypt.
4. Elsayed Elnashar (2017) Philosophy – Elements and Principals of design - Drawing the human body of fashion, Publishing house: Noor Publishing. URL: <https://www.noor-publishing.com>
5. Bennett A. M., & Hill R. P. (2012). The universality of warmth and competence: A response to brands as intentional agents. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 199–204.
6. Bororian M., & Poix A.D. (2010). *India by Design: The Pursuit of Luxury & Fashion*. John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.
7. Cuellar S. S., & Claps M. (2013). Differential effects of brand, ratings and region on willingness to pay: a hedonic price approach. *Journal of Wine Research*, 24(2), 138–155.
8. Henderson T., & Arora N. (2010). Promoting brands across categories with a social cause: Implementing effective embedded premium programs. *Journal of Marketing*, 74(6), 41–60.
9. Jean-Noel Kapferer, Philip Kotler(2008) “New exciting ideas and perspectives on brand building!” 4TH EDITION: THE NEW STRATEGIC BRAND MANAGEMENT, Creating and sustaining brand equity long term, 4TH EDITION Kogan Page Limited, Fourth edition 2008, Great Britain.
10. Jin B., & Son J. (2013). Indian consumers: are they the same across regions? *International Journal of Emerging Markets*, 8(1), 7-23.
11. Lee M.Y., Knight D., & Kim Y.K. (2008). Brand analysis of a U.S. global brand in comparison with domestic brands. *Journal of Product & Brand Management*, 17, 163–174.
12. Rossiter J.R., & Percy L. (1987). *Advertising and promotion management*. McGraw Hill.
13. Saxena T.G., & Dutta D. (2013). Entry Strategy of Global Brands – Impact of FDI. *Third Eyesight*. Retrieved from April 26, 2013. URL: <http://thirdeyesight.in/blog/2013/01/21/entry-strategy-of-global-brands-impact-of-fdi/>
14. Snowball sampling (2019). URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Snowball_sampling?fbclid=IwAR3YyTx1uu/UUVFQ9t98hGPFjkMnUkChcAfRxt7GMDHJ9EU-4CvNuFAVM_tQ#Description
15. UNITED COLORS OF BENETTON, (2019) Coordinate communication with stores in over 20 countries worldwide. URL: <https://mcubeglobal.com/projects/united-colors-of-benetton/>

Paper received: 29.07.2020

Paper Printed : 28.09.2020

СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено сутність поняття «інтелектуальний капітал» як основи для формування інноваційного потенціалу підприємства. Запропоновано авторське бачення економічної сутності інтелектуального капіталу. Надано різні погляди щодо структури інтелектуального капіталу, узагальнено та визначено ключові складові, розкрито їх зміст.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, людський капітал, інноваційний потенціал, інтелектуальна праця, кваліфікація, структурний капітал, споживчий капітал.

YERIFANOVA I., HLADKA D.

Vinnytsia National Technical University

ESSENCE AND COMPONENTS OF INTELLECTUAL CAPITAL OF ENTERPRISES

The purpose of the article is to generalize the approaches to the essence of intellectual capital and to determine the features of the recognition of elements of intellectual capital as a component of the innovative potential of the enterprise. The article investigates and systematizes the essence of the concept of "intellectual capital" as an economic category, its role in the formation of innovation potential and competitiveness of the enterprise. Views on the structure of intellectual capital are considered, key components are generalized and defined, their content is revealed and the structure of intellectual capital of the enterprise is given. Intellectual capital has a complex structure, which includes human capital, structural capital, consumer capital and social capital. The main components of human, structural, consumer and social capital are described. It is established that human capital is the individual abilities of employees of the enterprise, which do not belong to the enterprise, but are an important element of the successful activity of the employee; structural capital is the organizational capacity of the enterprise to meet market requirements and facilitates the transformation of information, it is the property of the enterprise and in some cases may be a relatively independent object of sale; capital is a system of stable connections and relations that provides effective interaction between customers (consumers) and staff of the enterprise; social capital is a qualitative characteristic of the social organization of society, which includes education, political situation, economic situation and ethical component. Systematization of existing approaches to defining the essence of intellectual capital allowed to define intellectual capital as a set of knowledge acquired in the process of intellectual activity, as well as experience, skills, creativity, relationships that have economic value and are used in the production process for profit and increasing the level of competitiveness.

Key words: intellectual capital, human capital, innovative potential, intellectual work, qualification, structural capital, consumer capital.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання, за яких розвиток та продуктивність підприємства реалізуються за рахунок конкурентної боротьби, для досягнення конкурентоспроможності, підприємства повинні активно впроваджувати інновації та підвищувати інноваційний потенціал. Інноваційний потенціал суттєво залежить від ефективного застосування специфічних нематеріальних активів, згрупованих у категорію «інтелектуальний капітал підприємства». Для дослідження інтелектуального капіталу, з метою отримання економічної вигоди, необхідно ідентифікувати його складові елементи, оцінити перспективи та напрями їх застосування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням процесів використання та формування інтелектуального капіталу займалися як зарубіжні вчені, такі як Бонтіс Н., Брукінг Е., Бутнік-Сіверський О., Гелбрейт Дж., Свейбі К., Стюарт Т., так і вітчизняні – Азарова А., Глухова В., Волощук Л., Кендюхов О., Ковтуненко О., Крупка Я., Череп А. Разом з тим, багатогранне визначення цього поняття спричиняє суперечності до з'ясування сутності та структури інтелектуального капіталу, ускладнюючи оцінку складових елементів інтелектуального капіталу. Це призводить до невірної оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства.

Формулювання цілі статті. Метою статті є узагальнення підходів до сутності інтелектуального капіталу та визначення особливостей визнання елементів інтелектуального капіталу як складової інноваційного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальна тенденція розвитку світового ринку, в сучасних умовах, здійснюється за рахунок інновацій, тобто нововведення у певній галузі, котрі генеруються людьми. Зважаючи на інформаційну революцію, формується нове співвідношення між людським (нематеріальним) і фізичним (матеріальним) капіталом: вищого пріоритету набуває людський капітал у розвитку економіки, аніж фізичний [1]. В основному поняття «людський капітал» трактується як активи, які є у людини у вигляді природжених якостей: фізичних, психологічних, інтелектуальних, а також ті якості, здібності, які набуває людина протягом життя (знання, вміння, навички, мотивація) [2]. Хоч термін «інтелектуальний капітал» є порівняно новим у науковій літературі, але за час його дослідження сформовано чимало визначень різними авторами, корті систематизовані та представлені у таблиці 1.

Значний внесок у започаткування та розвитку теорії людського (нематеріального) капіталу належить Т. Шульцу, який в своїх працях описував людський капітал як надбані знання, навички, а інвестиції в людський капітал – як витрати на здобуття освіти (освіта розглядається як ключовий фактор зростання соціального благополуччя нації та держави), кваліфікації, виховання тощо [3].

Таблиця 1

Систематизація визначень терміну «інтелектуальний капітал»

Автор	Інтелектуальний капітал – це
Т. Стюарт [6]	Сума знань всіх робітників компанії, яка забезпечує її конкурентоздатність.
Л. Едвінсон, М. Мелоун [7]	Людський і структурний капітал (технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки і все те, що дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал, а також відносини, які склалися між компанією та її крупними клієнтами)
М. А. Ескіндаров [8]	Система характеристик, що визначають здатність людини, тобто якість робочої сили, тобто працівника підприємства, фірми або корпорації, що створює товар чи послуги, в цілях їх відтворення на основі персоніфікованого економічного інтересу кожного суб'єкта і їх сукупності
В. Іноземцев [9]	Людський капітал, втілений у працівниках компанії у вигляді їхнього досвіду, знань, навичок, здібностей до нововведень, а також до загальної культури, філософії фірми, її внутрішніх цінностей; структурний капітал, що включає патенти, ліцензії, торговельні марки, організаційну структуру, бази даних, електронні мережі
В. Г. Зінов [10]	Сукупність інтелектуальних ресурсів організації та система відношень між економічними суб'єктами з приводу виробництва, розповсюдження і використання інтелектуальних ресурсів і знань, що необхідні для їх ефективного функціонування
О. Бервено [11]	Структура інтелектуального капіталу включає нематеріальні активи підприємства та засоби інтелектуальної діяльності, крім того, нематеріальні активи підприємства є сукупністю двох складових: інтелекту працівника та знакових форм відчуження інтелекту (статичної та динамічної інтелектуальної власності)
Н. Маркова [12]	Процес поступового підвищення інтелектуального рівня людського капіталу на основі синтезу інформації, загальних і професійних знань, умінь і навичок окремого індивіда, що відбувається задля забезпечення відповідності сучасним умовам господарювання та отримання соціально-економічного ефекту
Н. Бонтіс [13]	Різниця між ринковою вартістю фірми та вартістю заміни її активів. Це ті речі, за якими ми, як правило, не можемо встановити цінову етикетку, наприклад, досвід, знання та здатність до навчання в організації. Ринкова вартість дорівнює балансовій вартості плюс інтелектуальний капітал
Е. Брукінг [14]	Комбіновані нематеріальні активи, без яких організація не може існувати
О.В. Кендюхов [15]	Здатність підприємства створювати нову вартість, інтелектуальні ресурси підприємства, представлені людським і машинним інтелектом, а також інтелектуальними продуктами, виробленими самостійно чи залученими з інших джерел (куплені, орендовані), як засіб створення нової вартості

Досліджуючи сутність, роль і вплив інтелектуального капіталу на розвиток парадигми «економіки знань» на мікрорівні, В. Геєць трактує поняття інтелектуального капіталу як інтеграцію людей, їх знань, якими вони володіють, і навичок, а також всіх чинників, що допомагають їх ефективному використанню на підприємстві; це «...збірне поняття для визначення нематеріальних цінностей, що об'єктивно підвищують ринкову вартість компанії» [4].

В узагальненому вигляді Диха М. В. характеризує інтелектуальний капітал як капітал у формі людського інтелекту (в т. ч. штучного інтелекту, породженого людським інтелектом, хоча й вже здатного на сьогодні до елементів свідомості) як ресурсу та інтелектуальних продуктів різного характеру (в т. ч. інтелектуальної власності, штучного інтелекту як продукту інтелектуальної праці) [5].

Зважаючи на трактування науковців поняття «інтелектуальний капітал», інтелектуальний капітал можна визначити як сукупність знань, набутих у процесі інтелектуальної діяльності, а також отриманого досвіду, навички, творчі здібності, взаємовідносини, які несуть у собі економічну цінність і застосовуються у процесі виробництва підприємства з метою отримання прибутку та підвищення рівня конкурентоспроможності, крім того, інтелектуальний капітал не має реальної цінності, поки він не захищений і не використовується. Структура інтелектуального капіталу є предметом суперечок багатьох фахівців, але більшість з них сходиться на думці, що на рівні організації інтелектуальний капітал є сумою трьох ключових елементів: людський, структурний (організаційний) і споживчий (клієнтський) капітал (рис. 1) [6; 14; 17–22].

Під людським капіталом розуміють індивідуальні здібності працівників підприємства, які не належать підприємству, проте є важливим елементом успішної діяльності працівника:

- знання – загальні базові відомості та інтелектуальний потенціал, які необхідні для виконання визначеної роботи, спеціальні і суміжні знання, які формують спеціальні та контекстні знання даної роботи.
- уміння – навички та творчі здібності, які доповнюють загальні базові знання, зокрема ведення переговорів, консультування, управління проектами;
- цінності – набір якостей або поведінкових навичок, які сприятимуть значним результатам. Деякі види діяльності вимагають роботи в команді, тоді як інші орієнтовані на клієнта.

Структурний (організаційний) капітал – це організаційні можливості підприємства відповідати вимогам ринку (програмні засоби ЕОМ, програмне забезпечення, бази даних, організаційна структура, патенти, товарні знаки, а також організаційні механізми). Структурний капітал є власністю підприємства та у деяких випадках може бути відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу. Структурний капітал відповідає використанню людського капіталу в організаційних системах і сприяє перетворенню інформації, його розвиток полягає в організації дослідницької діяльності (дослідження ринку і основних методів управління), а також у розвитку корпоративної культури підприємства.

Організаційно-управлінські підсистеми складаються з організаційної структури, системи управління, системи організації роботи, інструкції та методики роботи, концепції, культури організації, корпоративної культури, процедур. Окремі науковці до складу структурного капіталу включають продуктивний капітал, під яким розуміють сукупність придбаних та самостійно розроблених нематеріальних активів, які визначають рівень реалізації інтелектуального капіталу працівників підприємства [16].

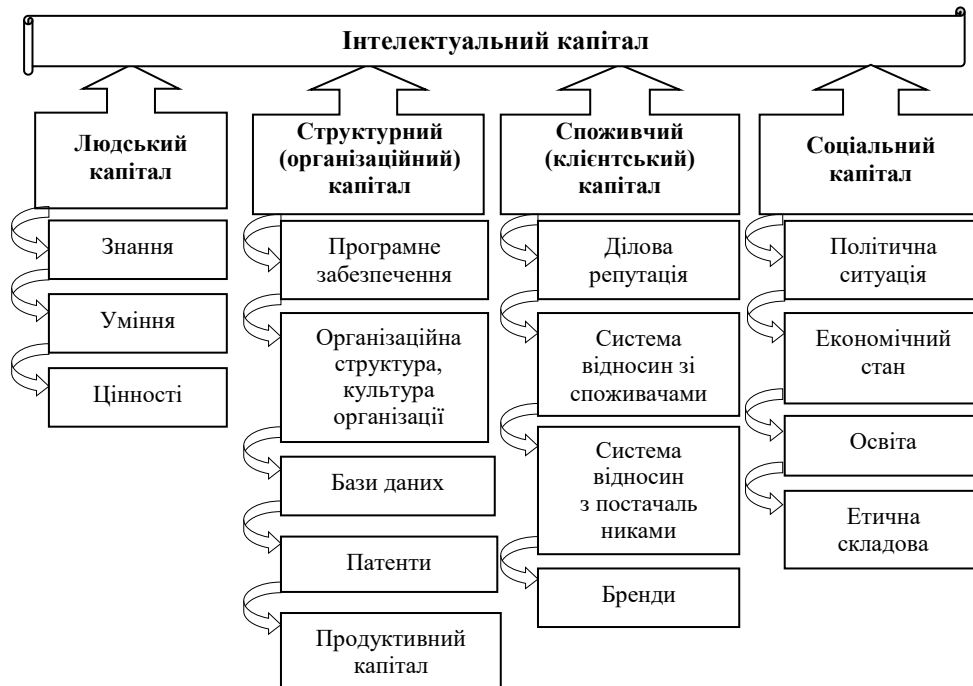


Рис. 1. Структура інтелектуального капіталу

Сформовано на основі: [6; 14; 17–22])

Споживчим (клієнтським, або ринковим) капіталом є система стійких зв'язків та відносин, що забезпечує ефективну взаємодію між клієнтами (споживачами) і персоналом підприємства. Головна мета формування споживчого капіталу – створення такої структури, яка дозволяє споживачу ефективно спілкуватися з персоналом підприємства. До елементів споживчого капіталу відносять:

- ділова репутація, яка формується за рахунок позитивного іміджу підприємства, його фінансового стану, репутації керівництва та соціальної відповідальності підприємства;
- система відносин зі споживачами, яка складається із стабільності клієнтської бази, наявності інформації про клієнтів та історії відносин з ними, задоволення потреб клієнтів, довіри клієнтів до підприємства;
- бренди (товарні марки), до їх чинників відносять: відображення високої якості товару; креативний та унікальний дизайн товарної марки; використання інструментів нейромаркетингу; максимальна відмінність від брендів-конкурентів;
- система відносин з постачальниками та іншими контрагентами, яка передбачає наявність постійних контрагентів-партнерів, бази даних (інформації, історії відносин) про співпрацю; мотивацію контрагентів до співпраці; орієнтація на стратегічне партнерство.

Вищеописані складові структури інтелектуального капіталу є базовими складовими. Так, науковці до складових інтелектуального капіталу також включають інфраструктурні активи; інтелектуальну власність; соціальний капітал; партнерський капітал; техніко-технологічний капітал; марочний капітал; активи корпоративної та інноваційної культури; стратегічні активи; інтерфейсний капітал; емоційний капітал; релятивний капітал [6; 14; 17–21].

Попело О. В. до складу інтелектуального капіталу крім того включає технологічний капітал як форму капітального ресурсу виробничої діяльності підприємства (методології та методики виробництва товарів, бази даних, організаційні структури і механізми, програмне забезпечення) та соціальний капітал [23]. Під соціальним капіталом розуміють якісну характеристику соціальної організації суспільства. Отже, суттєвою перевагою інтелектуального капіталу є те, що він носить ексклюзивну форму та має досить високу додану вартість порівняно із іншими ресурсами, які є в розпорядженні підприємства. Саме тому, менеджменту підприємств варто велику увагу приділяти не лише рівню освіти працівників, проте й їх креативності та здатності до нестандартного мислення. З цією метою досить корисним є проведення регулярних тренінгів, навчань, стажувань, колективних мозкових штурмів тощо.

Висновки. Інтелектуальний капітал є досить складною категорією та існують різні підходи до визначення цієї категорії. Систематизація існуючих підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу дозволила визначити інтелектуальний капітал як сукупність знань, набутих у процесі інтелектуальної діяльності, а також отриманого досвіду, навичок, творчих здібностей, взаємовідносин, які несуть у собі економічну цінність і застосовуються у процесі виробництва підприємства з метою отримання прибутку та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Інтелектуальний капітал має складну структуру, до складу якої входить людський капітал, структурний капітал, споживчий капітал та соціальний капітал.

Література

1. Майбуров И. Эффективность инвестирования и человеческий капитал в США и России / И. Майбуров // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 4. – С. 3–13.
2. Компанієць В. В. Людський капітал: Визначення, особливості, відтворення / В. В. Компанієць. – Харків : УкрДАЗТ, 2008. – С. 181–184.
3. Schultz T. Capital Formation by Education. Journal of Political Economy. 1960. Vol. 68. URL: https://econpapers.repec.org/article/ucrpjolec/v_3a68_3ay_3a1960_3ap_3a571.htm.
4. Україна у вимірі економіки знань / [за ред. В. М. Гейця]. – Київ : Основа, 2006. – 588 с.
5. Диха М. В. Інтелектуальний капітал у системі забезпечення інноваційного розвитку країни / М. В. Диха // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 6. – С. 45–49.
6. Stewart T. A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. 270 p.
7. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компании. Новая постиндустриальная волна на Западе / Эдвинссон Л., Мелоун М. ; под ред. В. Иноземцева. – Москва : Academia, 1999. – С. 434–436.
8. Эскиндаров М. Развитие корпоративных отношений в современной российской экономике / М. Эскиндаров. – Москва : Республика, 1999. – 188 с.
9. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia, 1998. – 640 с.
10. Зинов В. Г. Менеджмент инноваций: кадровое обеспечение : [учеб. пособие] / В. Г. Зинов. – М. : Дело, 2005. – 496 с.
11. Бервено О. В. Інтелектуальний капітал: економічний зміст і особливості формування в транзитивному суспільстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О. В. Бервено. – Харків, 2002. – 19 с.
12. Маркова Н. С. Теоретико-методичні основи формування й розвитку інтелектуального капіталу Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук : спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / Н. С. Маркова. – Харків, 2005. – 20 с.
13. Bontis N. There's a Price On Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically. Business Quarterly. 1996. 60 (4). P. 40–47.
14. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг. – СПб : Питер, 2001. – 288 с.
15. Кендюхов О. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства : автореф. дис. д. е. н : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (переробна промисловість)» / О. Кендюхов. – Донецьк, 2007. – 31 с.
16. Гевлич Л. Л. Інтелектуальний капітал: сутність та структура [Електронний ресурс] / Л. Л. Гевлич, Л. О. Мошура // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 19. – С. 527–533. – Режим доступу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/87.pdf
17. Дзеджула В. В. Інтелектуальний капітал як чинник ефективності інноваційної діяльності / В. В. Дзеджула, І. Ю. Єпіфанова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 4. – С. 158–161.
18. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія / І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – 384 с.
19. Голищева Є. О. Споживчий капітал промислових підприємств-інноваторів: сутність, структура та роль / Є. О. Голищева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. II. – С. 175–180.
20. Баранчев В. Управление брендингом как составляющей инновационного развития организации / В. Баранчев // Маркетинг. – 2003. – № 1. – С. 46–63.
21. Saint-Onge H. Knowledge Management: According to Saint-Onge. URL : <http://www.knowinc.com/saint-onge/primer/hso1.htm>.
22. Daum J. H. Intangible Assets: die Kunst, Mehrwert zu schaffen. Interview veröffentlicht in: sapinfo.net, 18.02.2002. URL: <http://www.sapinfo.net/public/de/interview.php4/page/0/article/comvArticle-174953c8c0ceae7e30/de.3>
23. Попело О. В. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект і сучасні тенденції розвитку в Україні / О. В. Попело // Економіка і регіон. – 2015. – № 2 (51). – С. 66–78.

References

1. Majburov I. Effektivnost investirovaniya i chelovecheskij kapital v SShA i Rossii / I. Majburov // Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. – 2004. – № 4. – S. 3–13.
2. Kompaniets V. V. Liudskiy kapital: Vyznachennia, osoblyvosti, vidtvorennia / V. V. Kompaniets. – Kharkiv : UkrDAZT, 2008. – S. 181–184.
3. Schultz T. Capital Formation by Education. Journal of Political Economy. 1960. Vol. 68. URL: https://econpapers.repec.org/article/ucrpjolec/v_3a68_3ay_3a1960_3ap_3a571.htm.
4. Ukraina u vymiri ekonomiky znan / [za red. V. M. Heitsial]. – Kyiv : Osнова, 2006. – 588 s.
5. Dykha M. V. Intelektualnyi kapital u systemi zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku krainy / M. V. Dykha // Herald of Khmelnytskyi National University. Ekonomichni nauky. – 2019. – № 6. – S. 45–49.
6. Stewart T. A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. 270 p.
7. Edvinsson L. Intelektualnyj kapital: opredelenie istinnoj stoimosti kompanii. Novaya postindustrialnaya volna na Zapade / Edvinsson L., Meloun M. ; pod red. V. Inozemceva. – Moskva : Academia, 1999. – S. 434–436.
8. Eskindarov M. Razvitie korporativnyh otnoshenij v sovremennoj rossijskoj ekonomike / M. Eskindarov. – Moskva : Respublika, 1999. – 188 s.
9. Inozemcev V. L. Za predelami ekonomicheskogo obshestva. Postindustrialnye teorii i postekonomicheskie tendencii v sovremennom mire / V. L. Inozemcev. – M. : Academia, 1998. – 640 s.
10. Zinov V. G. Menedzhment innovacij: kadrovoe obespechenie : [ucheb. posobie] / V. G. Zinov. – M. : Delo, 2005. – 496 s.
11. Berveno O. V. Intelektualnyi kapital: ekonomichnyi zmist i osoblyvosti formuvannia v tranzytivnomu suspilstvi : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 «Ekononika ta upravlinnia pidpriemstvamy» / O. V. Berveno. – Kharkiv, 2002. – 19 s.
12. Markova N. S. Teoretyko-metodychni osnovy formuvannia y rozvytku intelektualnogo kapitalu Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata ekonomichnykh nauk : spets. 08.09.01 «Demohrafiia, ekonomika pratsi, sotsialna ekonomika i polityka» / N. S. Markova. – Kharkiv, 2005. – 20 s.
13. Bontis N. There's a Price On Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically. Business Quarterly. 1996. 60 (4). R. 40–47.
14. Bruking E. Intelektualnyj kapital / E. Bruking. – SPb : Piter, 2001. – 288 s.
15. Kendiukhov O. Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva : avtoref. dys. dokt. ekon. nauk : spets. 08.00.04 «Ekononika ta upravlinnia pidpriemstvamy (pererobna promyslovist)» / O. Kendiukhov. – Donetsk, 2007. – 31 s.
16. Hevlych L. L. Intelektualnyi kapital: sutnist ta struktura [Elektronnyi resurs] / L. L. Hevlych, L. O. Moshura // Infrastruktura rynku. – 2018. – № 19. – S. 527–533. – Rezhym dostupu : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/87.pdf
17. Dzhdzhuza V. V. Intelektualnyi kapital yak chynnyk efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti / V. V. Dzhdzhuza, I. Yu. Yepifanova // Herald of Khmelnytskyi National University. Ekonomichni nauky. – 2017. – № 4. – S. 158–161.

-
18. Iepifanova I. Yu. Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu promyslovykh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni aspekty finansovoho zabezpechennia : monohrafiia / I. Yu. Yepifanova. – Vinnytsia : VNTU, 2019. – 384 s.
 19. Holysheva Ye. O. Spozhyvchyi kapital promyslovykh pidpriemstvinnovatoriv: sutnist, struktura ta rol / Ye. O. Holysheva // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2011. – № 4. – Т. II. – S. 175–180.
 20. Baranchev V. Upravlenie brendingom kak sostavlyayushej innovacionnogo razvitiya organizacii / V. Baranchev // Marketing. – 2003. – № 1. – S. 46–63.
 21. Saint-Onge H. Knowledge Management: According to Saint-Onge. URL : <http://www.knowinc.com/saint-onge/primer/hsol.htm>. 3
 22. Daum J. H. Intangible Assets: die Kunst, Mehrwert zu schaffen. Interview veröffentlicht in: sapinfo.net, 18.02.2002. URL: <http://www.sapinfo.net/public/de/interview.php4/page/0/article/comvArticle-174953c8c0ceae7e30/de>. 3
 23. Popelo O. V. Intelektualnyi kapital: teoretychnyi aspekt i suchasni tendentsii rozvytku v Ukraini / O. V. Popelo // Ekonomika i rehion. – 2015. – № 2 (51). – S. 66–78.

Надійшла / Paper received: 21.05.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-21

ІВЧЕНКО І. Ю., ЧУГУНОВ А. А., СЕМЕНОВ А. С.

Одеський національний політехнічний університет

ТЕОРЕТИКО-ІГРОВА МОДЕЛЬ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

У роботі досліджується можливість використання ігрової моделі для вибору раціональної стратегії закупівель торговельного підприємства в умовах невизначеності і ризику.

Ключові слова: економіко-математичні моделі, портфель проектів, портфельне управління, IT-підприємство.

BRYNZA A., IVCHENKO I., IVCHENKO O.

Odessa National Polytechnic University

ANALYSIS OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELS OF PORTFOLIO MANAGEMENT IN THE ACTIVITY OF IT ENTERPRISE

The article is devoted to one of the important problems - the improvement of economic and mathematical tools for optimal management of commercial enterprises. In modern economic conditions, the purpose of enterprise management is not only to improve the state of the enterprise, but also a mutually beneficial relationship with the external economic environment. Scientific management measures are gaining more and more weight, so in the field of trade there is an urgent need to build economic and mathematical models for choosing the best strategy for procurement and marketing. The article demonstrates the practical implementation of the model of finding the best procurement strategy. The search is done on the example of an abstract trading company. The article proposes methods of mathematical description of possible strategies of a trade enterprise in relation to the volume of purchases of products. A multi-criteria theoretical-game model for optimization of managerial decision-making in a situation of uncertainty and risk is developed. The proposed model uses the criteria of pessimism-optimism to increase the efficiency of the enterprise. The possibility of making managerial decisions to choose the optimal strategy for purchasing goods using the matrix of effective demand is demonstrated. The possibility of using the strategies of Wald, Savage and Hurwitz to form a choice of rational economic strategy of enterprises is analyzed. The analysis is carried out and the optimal solution is found with the use of the analyzed game economic-mathematical model.

Keywords: economic and mathematical models, management decision-making strategy, uncertainty coefficient, game model, pessimism criterion, optimism criterion, game theory.

Постановка проблеми. Метою даної роботи є дослідження процесу вибору раціональної господарської стратегії підприємств в умовах невизначеності і ризику на прикладі функціонування оптово-торгівельної фірми і завдання визначення обсягів оптових закупівель у постачальників в залежності від коливань платоспроможного попиту населення. Обговорюється можливість і ставиться завдання розробки економіко-математичної моделі діяльності торговельного підприємства за вибором раціональної стратегії закупівель товару на основі принципів і методів теорії ігор.

Аналіз останніх джерел. Проблема прийняття рішень в умовах невизначеності і ризику розглядалася багатьма вченими. Ризик притаманний будь-якій і, тим більше, економічній сфері діяльності, і теорія ризику відноситься до однієї з найбільш вивчених областей економічної науки. Одним із засновників теорії ризиків вважають А. Маршалла [1]. Він припустив, що підприємець, який працює в умовах невизначеності, під час укладання угоди або прийняття рішення керується розміром очікуваного прибутку і величиною її можливих коливань. При однаковому розмірі очікуваного прибутку підприємець вибере той варіант, де коливання прибутку менше.

За останні кілька років з'явився ряд робіт з теорії ризику вітчизняних і зарубіжних економістів. Практичні аспекти теорії ризику розглянуті в роботах Бланка І. А. [2], В. Вітлінського [3] та ін.

Для обґрунтування рішень в умовах невизначеності, коли ймовірності можливих варіантів обстановки невідомі, розроблені спеціальні математичні методи, які розглядаються в теорії ігор. Теорія ігор належить до найбільш молодих математичних дисциплін. Її засновниками вважаються Нейман і Моргенштерн [4]. Надалі теорія ігор перетворилася в самостійне математичний напрямок. У сучасній економічній літературі існують різні підходи до застосування економіко-математичних методів обґрунтування вибору раціональної господарської стратегії фірми в умовах невизначеності і ризику.

Цілі статті/постановка завдання. У даній статті для обґрунтування вибору комерційної стратегії з метою зменшення ступеня комерційного ризику пропонується використовувати ігрову модель і критерії теорії ігор для оптимізації цієї моделі.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо господарську стратегію фірми в сфері закупівель продукції певного асортименту в припущенні, що фірма має кілька каналів збуту продукції. Під стратегією фірми будемо розуміти структуру і обсяг закупівель товару певного асортименту.

На вибір стратегії фірми впливає фактор невизначеності, пов'язаний з обсягами споживчого попиту населення на ці товари. У зв'язку з цим можна виділити кілька класів стану попиту на продукцію:

а) низька залежність від коливань попиту і пропозиції (щомісячний обсяг випуску продукції з стійкими зв'язками зі збуту на ряд років);

б) середня залежність від попиту і пропозиції (щомісячний обсяг виробів зі стійким збутом, але на нетривалий термін);

в) висока залежність від ринку (щомісячний обсяг продукції, забезпечений тільки разовими закупівлями);

г) абсолютна залежність від попиту і пропозиції (місячна продукція, яку купують на невизначений термін).

У разі несприятливої кон'юнктури ринку виникає ризик недоотримання прибутку. У зв'язку з цим має місце ситуація ризику, яка є наслідком дії фактора невизначеності. Виникає задача визначення оптимальної стратегії оптових закупівель у сфері товарного обігу з метою мінімізації комерційного ризику.

Сформулюємо математичну модель даної ситуації в термінах теорії ігор.

У загальному випадку постановку задачі оптимізації в умовах ризику представимо в такий спосіб:

– фірма може прийняти m можливих рішень (стратегій) про обсяги закупівель продукції $S = (s_1, s_2, \dots, s_m)$;

– можливі n припущень $Q = (q_1, q_2, \dots, q_n)$ про обсяги споживчого попиту населення (класах стану попиту на продукцію);

– результат, так званий виграш a_{ij} , відповідний кожній парі поєднань (s_i, q_j) , задамо у вигляді матриці ефективності (матриці платоспроможного попиту);

– показник ризику r_{ij} при настанні стратегії S_i і стані кон'юнктури ринку q_j показує величину недоотримання прибутку за несприятливих умов.

Вибір стратегії закупівель, їх оптимізація залежать від коливань попиту, платоспроможності, районування та інших факторів, що впливають на продаж.

Показник ризику r_{ij} при настанні стратегії S_i і стані кон'юнктури ринку q_j показує величину недоотримання прибутку при несприятливих умовах.

Потрібно вибрати оптимальну стратегію закупівель, тобто визначити обсяг оптових закупівель у постачальників залежно від ймовірних коливань платоспроможного попиту населення в районах реалізації товару. Таким чином, мета завдання полягає в оптимізації функції і виборі відповідної їй стратегії фірми S_{opt} .

Вихідні дані для вирішення ігрової моделі, представлені в табл. 1.

Є m стратегій закупівель продукції із заданими обсягами закупівель. Поставимо у відповідність стратегіям закупівель варіанти попиту на цю продукцію. Відома також матриця a_{ij} – матриця платоспроможного попиту. Взагалі платіжну матрицю a_{ij} можна розглядати як показник ефективності прийнятих рішень (програш або виграш).

Таблиця 1

Таблиця ефективності стратегії обсягів закупівель продукції

Стратегії обсягів закупівель продукції, s_i	Класи стану попиту на продукцію, q_j			
	q_1	q_2	...	q_n
S_1	a_{11}	a_{12}	...	a_{1n}
S_2	a_{21}	a_{22}	...	a_{2n}
...
S_m	a_{m1}	a_{m2}	...	a_{mn}

Складемо математичну модель в термінах теорії ігор для вирішення поставленого в дослідженні завдання. Нехай матриця платоспроможного попиту a_{ij} – це матриця виграшів (прибуток підприємства при виборі однієї зі стратегій закупівлі при відповідному розмірі попиту на продукцію). Скористаємося песимістичним критерієм максиміна. Він полягає в тому, що суб'єкт обирає ту стратегію поведінки, яка гарантує йому найкращий з усіх найгірших результатів дій. Для пошуку максиміна по цьому критерію (критерій Вальда), найкраща стратегія підприємства S_{opt} визначається формулами:

$$\alpha_i = \min_j a_{ij}$$

$$\varphi = \max(\min_j a_{ij})$$

Знайдене за цим критерієм значення функції φ відповідає найбільшому гарантованому в умовах невизначеності результату. Максиміна оцінка за задає найбільш обережну поведінку підприємця та є абсолютно надійною при ухваленні рішення в умовах ризику та невизначеності.

Нехай тепер матриця платоспроможного попиту a_{ij} це матриця програшів (витрати підприємства для кожної з стратегій закупівель). Найкращим в даному випадку буде найменший результат. Відповідно до песимістичного критерію Вальда по кожній стратегії закупівель виберемо рішення, мінімізуючи максимальний програш за допомогою формули:

$$\beta_i = \max_j a_{ij}$$

$$\varphi = \min(\max_j a_{ij})$$

Виходячи з цього критерію, яка б ситуація попиту не настала, програш буде не більше, ніж отримане значення функції φ . І відповідно до нього вибирається стратегія закупівель S_{opt} . Ця лінія поведінки в умовах невизначеності дозволяє підприємцю бути досить обережним. Ще більш обережним є критерій Севіджа. Для

нього спочатку розраховується показник ризику. Якщо матриця платоспроможного попиту a_{ij} є матрицею програшів, будується матриця ризиків r_{ij} . Елементи цієї матриці – це різниця між максимально можливим виграшем та виграшем в разі обрання стратегії:

$$r_{ij} = \beta_j - a_{ij}$$

де значення ризику $r_{ij} > 0$.

Матриця ризиків є основою песимістичного критерію Севіджа, у якому пропонується скористатися стратегією S_i за допомогою формули:

$$\varphi = \min(\max_j r_{ij})$$

Критерій Севіджа дає можливість знайти стратегію поведінки (стратегії закупівель), за якої величина ризику приймає мінімальне значення навіть в найбільш несприятливій ситуації.

Найбільш ризиковане рішення пропонує критерій крайнього оптимізму. Для платіжної матриці витрат на закупки товару це вибір кращого з кращих, тобто вибір:

$$\varphi = \min(\min_j a_{ij})$$

Це найбільш ризикований критерій. Але, щоб дотримуватися певної проміжної позиції при виборі рішення, наприклад, про оптову закупівлю товару, можна скористатися критерієм песимізму-оптимізму Гурвіца. Він є комбінацією песимістичного критерію Вальда і критерію надзвичайного оптимізму. Вибір варіанта закупівель здійснюється за допомогою показника песимізму-оптимізму X :

$$\varphi = \min Y_i = [\min(X \min a_{ij} + (1 - X) * \max a_{ij})]$$

Значення показника песимізму-оптимізму знаходиться в інтервалі (0; 1). Показник характеризує ступень оптимізму-песимізму. Чим ближче до 1, тим більш обережна поведінка підприємця.

Якщо матриця платоспроможного попиту представляє собою матрицю виграшів (прибутку), вибирається стратегія за допомогою функції:

$$\varphi = \max Y_i = [\max(X \min a_{ij} + (1 - X) * \max a_{ij})]$$

На наступному кроці слід порівняти результати, які були отримані за допомогою всіх розглянутих вище критеріїв. Якщо рекомендовані стратегії збігаються, то слід вибрати цю стратегію закупівель (Sopt). Якщо ні, то однозначний вибір зробити не вдалося. В такому випадку рішення залежить від схильності підприємця до ризику.

Проілюструємо вказаний алгоритм вирішення задачі на реальних даних, наведених в таблиці 2.

Таблиця 2

Контрольний приклад

Обсяг оптових закупівель S_i , тис. грн	Розмір прибутку a_{ij} залежно від ймовірних коливань попиту, тис. грн				$\alpha_i = \min a_{ij}$	φ	$\beta_i = \max a_{ij}$
	4450,8	8901,6	14041,5	20110			
$S_1 = 8901,6$	448,2	1864,7	1864,7	1864,7	448,2	448,2	1864,7
$S_2 = 14041,5$	-0,54	707,02	2005,5	636,4	-0,54		2005,5
$S_3 = 20110$	-10,35	468,05	670,3	1940,2	-10,35		1940,2
$\beta_j = \max a_{ij}$	448,2	1864,7	2005,5	1940,2			

1. За критерієм Вальда знайдемо максимінну стратегію: якщо ми вибираємо стратегію S_1 , то найгірший з усіх можливих результатів полягає в тому, що розмір одержуваного чистого доходу складе:

$$\alpha_1 = \min a_{ij} = \min (448,2; 1864,7; 1864,7; 1864,7) = 448,2 \text{ (тис. грн)}$$

Аналогічно знаходимо для інших стратегій найгірші результати (табл. 2).

На цій підставі найкращим рішенням S_{opt} буде:

$$\varphi = \max \alpha_i = \max(\min_j a_{ij})$$

Тоді: $\varphi = \max (448,2; 0,54; 10,35) = 448,2$ (тис. грн.). Обрати стратегію S_1 .

2. Знайдемо мінімаксну стратегію:

Для першого рядка таблиці це рішення складе:

$$\beta_i = \max (448,2; 1864,7; 1864,7; 1864,7) = 1864,7 \text{ (тис. грн)}$$

Для наступних рядків вибираємо значення аналогічно. З огляду на це найгірший варіант буде визначатися виразом:

$$\varphi = \min \alpha_i = \min(\max_j a_{ij})$$

3. Для подальших розрахунків використовуємо показник ризику:

$$r_{ij} = \beta_j - a_{ij}$$

На цій підставі будуємо матрицю ризиків (табл. 3).

Таблиця 3

Рівень комерційного ризику фірми при різних співвідношеннях ймовірного попиту і стратегії закупівель, тис. грн

R_{ij}	4450,8	8901,6	14041,5	20110	$\max r_i$	S_{opt}
S_1	0	0	140,8	75,5	140,8	140,8
S_2	448,74	1157,68	0	1303,8	1303,8	
S_3	458,55	1396,65	1335,2	0	1396,65	

Показник ризику є основою мінімаксного критерію Севіджа, відповідно до якого вибирається така стратегія S_1 , при якій величина ризику приймає мінімальне значення в найбільш несприятливій ситуації:

$$\varphi = \min(\max_j a_{ij}) = 140,8$$

Обираємо стратегію S_1 .

4. Скористаємося критерієм Гурвіца.

Припустимо, що в основі обчислень лежала песимістична оцінка, і припустимо, що $X = 0,8$. Тоді для кожної стратегії відповідно маємо:

$$Y_1 = 0,8 \cdot 448,2 + (1-0,8) \cdot 1864,7 = 358,56 + 372,94 = 731,5 \text{ (тис. грн)}$$

$$Y_2 = 0,8 \cdot (-0,54) + (1-0,8) \cdot 2005,5 = -0,432 + 401,1 = 400,67 \text{ (тис. грн)}$$

$$Y_3 = 0,8 \cdot (-10,35) + (1-0,8) \cdot 1940,2 = -8,28 + 388,04 = -379,8 \text{ (тис. грн)}$$

$$\varphi = \max Y_i = \max (731,5; 400,67; 379,8) = 731,5 \text{ (тис. грн)} \quad S_1$$

Отже, оптимальною є стратегія S_1 , при якій обсяг закупівель товарів складе 8901,6 тис. грн. Результати розрахунку за критерієм Вальда, Севіджа і Гурвіца збігаються. Значить, все припущення були прийняті вірно. Керуючись результатами, отриманими за допомогою розглянутих критеріїв, можна зробити висновок про те, що фірмі слід вибрати стратегію S_1 і робити закупівлі продукції в обсязі

$$S_1 = 8901,6 \text{ тис. грн.}$$

Висновки. Таким чином, побудована ігрова модель дозволяє сформувати певний клас очікуваних сценаріїв дій фірми і зробити вибір з безлічі таких сценаріїв, в яких розглядається показник ефективності, що досягає оптимального значення. Перевагою розглянутого методу є простота розрахунків, прозора економічна інтерпретація логіки і одержуваних результатів.

Подальший розвиток розглянутої моделі можливий як за рахунок більш змістовної постановки задачі (шляхом додавання додаткових обмежень), так і більш глибокого використання ігрових методів. Застосування апарату теорії ігор дозволяє краще усвідомлювати конкурентну обстановку на ринку і зводити до мінімуму ступінь ризику.

Література

1. Маршал А. Принципы экономической науки : в 3 т. / Маршал А. – М. : Прогресс, 1993.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / Бланк И.А. – К. : Ника-Центр, 1999. – 511 с.
3. Вітлінський В.В. Оцінка, моделювання і оптимізація управління економічним ризиком / Вітлінський В.В. – К. : КГЕУ, 2011. – 247 с.
4. Нейман фон Дж. Теория игр и экономическое поведение / Нейман фон Дж., Моргенштерн О. – М. : Наука, 1970. – 338 с.
5. Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посібник / Івченко І. Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
6. Івченко І. Ю. Моделювання логістики закупівель в умовах невизначеності та ризику / І. Ю. Івченко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2019. – № 1. – С. 129–133. – URL : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2019/VKNU-ES-2019-N1.pdf>

References

1. Marshal A. Principy ekonomicheskoy nauki : v 3 t. / Marshal A. – M. : Progress, 1993.
2. Blank I.A. Osnovi finansovogo menedzhmenta / Blank I.A. – K. : Nika-Centr, 1999. – 511 s.

-
3. Vitlinskyi V.V. Otsinka, modeliuvannia i optymizatsiia upravlinnia ekonomichnym ryzykom / Vitlinskyi V.V. – K. : KHEU, 2011. – 247 s.
 4. Nejman fon Dzh. Teoriya igr i ekonomicheskoe povedenie / Nejman fon Dzh., Morgenshtern O. – M. : Nauka, 1970. – 338 s.
 5. Ivchenko I. Yu. Modeliuvannia ekonomichnykh ryzykiv i ryzykovykh situatsii : navch. posibnyk / Ivchenko I. Yu. – K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2007. – 344 s.
 6. Ivchenko I. Yu. Modeliuvannia lohistyky zakupivel v umovakh nevyznachenosti ta ryzyku / I. Yu. Ivchenko // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2019. – № 1. – S. 129–133. – URL : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2019/VKNU-ES-2019-N1.pdf>

Надійшла / Paper received: 07.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 330:334.012

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-22

КАЛІНІЧЕНКО З. Д., ДИМИТРИЄВА О. Д.
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ЗБЛИЖЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ МОНЕТАРНО-ФІНАНСОВОЇ СФЕРИ І РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті розглядаються проблемні питання стратегічних напрямків економічного зростання України, структурної незбалансованості; керованої фінансово-монетарної політики; втрачання можливостей розвитку реального сектору економіки; управлінська неспроможність державно-владних інституцій. Автори класифікують перешкоди на шляху економічного зростання країни, їх вплив, походження та функціональний зміст. В статті розкривається взаємозв'язок між складовими, що створюють небезпеку економічному зростанню, а також доводиться їх типовість та необхідність розробки стратегічних напрямків, механізмів запобігання. На основі результатів дослідження стверджується, що наростаюча системна криза в соціально-політичній сфері держави мультиплікативно поширюється на систему забезпечення економічного зростання, яка втрачає свої функціональні можливості та потребує нових узгоджених стратегічних пріоритетів розвитку та його інституційно-правового забезпечення. Для збалансованого розвитку фінансового і реального промислового секторів економіки України важливим є продовження основних реформ і зусиль з поліпшення інвестиційного клімату. Але це не є перешкодою для впровадження заходів із розвитку промисловості та впровадження індустрії 3.0/4.0.

Ключові слова: стратегічні напрями, економічне зростання, дисбаланси, розвиток реального сектору, інструменти фінансово-монетарної політики, узгоджені пріоритети розвитку.

KALINICHENKO Z., DIMITRIYEVA O.
Dnipro State University of Internal Affairs

STRATEGIC DIRECTIONS OF ECONOMIC GROWTH AND APPROXIMATION OF THE PRIORITIES OF THE MONETARY AND FINANCIAL SPHERE AND THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Significant obstacles to the sustainable development of emerging market countries are structural economic imbalances, problematic public administration, non-market-driven fiscal policies, and a lack of real sector growth policies. These barriers become particularly apparent as countries move to a competitive market economy.

Disparities in the economy and public administration are one of the significant threats to economic growth and even national security of countries that have embarked on the path of market reforms, but have not overcome the contradictions of their historical past. Therefore, it is important to study the processes of overcoming problematic trends at an early stage, to generalize what is unacceptable, ineffective or even dangerous for sustainable development.

The article considers the problematic issues of strategic directions of economic growth of Ukraine, structural imbalance; managed financial and monetary policy; loss of opportunities for development of the real sector of the economy; managerial insolvency of state institutions. The authors classify obstacles to the country's economic growth, their impact, origin and functional content. The article reveals the relationship between the components that pose a threat to economic growth, as well as proves their typicality and the need to develop strategic directions, prevention mechanisms. Based on the results of the study, it is argued that the growing systemic crisis in the socio-political sphere of the state multiplies on the system of economic growth, which loses its functionality and needs new agreed strategic development priorities and its institutional and legal support. For the balanced development of the financial and real industrial sectors of Ukraine's economy, it is important to continue major reforms and efforts to improve the investment climate. But this is not an obstacle to the implementation of measures for the development of industry and the introduction of industry 3.0 / 4.0

Key words: strategic directions, economic growth, imbalances, development of the real sector, instruments of financial and monetary policy, agreed development priorities.

Вступ та постановка проблеми у загальному вигляді. Суттєвими перешкодами для сталого розвитку країн з ринковою системою, що розвивається, є структурна незбалансованість економіки, проблемне державне управління, не ринкова керована фінансово-монетарна політика та відсутність політики зростання реального сектору. Ці перешкоди стають особливо очевидними з переходом країн до конкурентної стадії ринкової економіки.

Диспропорції в економіці та державному управлінні є однією з істотних загроз економічному зростанню і навіть національній безпеці країн, що стали на шлях ринкових реформ, але не подолали протиріч свого історичного минулого. Тому актуальним є дослідження процесів подолання проблемних тенденцій на їх ранній стадії, узагальнення того, що є недопустимим, неефективним чи навіть небезпечним для стабільного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми масштабного ринкового реформування економіки України та країн з ринковою системою, що розвивається, досліджувались різними науковими школами, вітчизняними і зарубіжними науковцями. Теоретико-методичні основи структурної і секторальної незбалансованості, державного управління та сталого економічного розвитку країн знайшли відображення у працях Джозефа Стігліца, Карла Поланї, Сергія Гурієва, Богдана Данилишина, Зіновія Варналія, Віктора Козюка, Миколи Єрмошенка, Кіри Горячевої та ін. Їм належать розробки важливих аспектів макро-економічних проблем, пов'язаних з диспропорціями розвитку ринкової економіки, політичного популізму, корупції та державного управління.

Невирішені питання загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій та високий рівень теоретичного опрацювання, проблеми забезпечення сталого і розробки механізмів подолання незбалансованості і диспропорцій у процесі реформування залишаються актуальними і потребують додаткових досліджень як для України, так і для інших країн з ринковою системою, що розвивається.

Нагальною є проблема подолання «ручного» управління макроекономічними індикаторами та інструментами фінансово-монетарної політики. Складовими проблемами є відхід від використання фінансово-монетарної політики виключно як політики «латання дірок» у бюджеті країни, а також від політики лікування криз, а не як збалансованої, з урахуванням принципів ринку стратегічної політики, науково виваженого, безпомилкового стратегічного розвитку.

Найчастіше окремі науковці, міжнародні організації на глобальному рівні розвитку країн виділяють соціально-економічні дисбаланси в наступних сферах:

- розмір ВВП на душу населення, тобто сильна нерівномірність цього показника для різних країн і регіонів світу;

- рівень доходів населення або ж глобальним дисбалансом є той факт, що в різних країнах і регіонах світу рівень доходів населення значно відрізняється;

- рівень життя населення – доходи населення, доступність освіти і медичного обслуговування, рівень політичних і економічних свобод, тривалість життя тощо;

- виробництво і споживання певних видів ресурсів, наприклад, дисбаланс виробництва і споживання вуглеводневої сировини, коли лідерами в галузі споживання нафти і газу є одні країни, а лідерами в галузі виробництва – інші;

- державний борг – кількість державних облігацій, які знаходяться в обігу і підлягають погашенню, та взагалі зовнішній борг і його широкий розкид в розрізі країн; дисбаланс проявляється в тому, що в одних країнах має місце порівняно високий показник державного боргу, а в інших – порівняно низький;

- експорт/імпорт та те, що одні країни упродовж багатьох років мають позитивне сальдо зовнішньої торгівлі, а інші – негативне;

- розвиток економіки в цілому або окремих її секторів; до цього типу можна також віднести технологічні дисбаланси (різний рівень технологічного розвитку виробництва в різних країнах), освітні (рівень грамотності, якість освіти і повнота охоплення різних верств населення), міру розвитку банківської і фінансової системи (перелік доступних послуг і охоплення населення ними);

- демографічні дисбаланси, що характеризуються різною віковою структурою населення в різних країнах. В результаті, для розвинених країн характерний дефіцит робочої сили і надмірне навантаження на пенсійну систему, а для тих країн, що розвиваються – безробіття.

Мета та постановка завдань дослідження. Мета дослідження полягає в з'ясуванні причин та особливостей незбалансованості фінансово-монетарної політики та політики зростання реального сектору; в розробці напрямків стратегічного державного управління з метою створення умов національної безпеки та подолання масштабних дисбалансів з урахуванням особливостей проявів.

Серед завдань дослідження слід вказати на такі:

- обґрунтування принципів взаємодії фінансово-монетарної політики та політики зростання реального сектору країни;

- з'ясування зв'язків і тих ланцюгів зв'язків, що характеризують незбалансованість та диспропорції;

- оцінка глибини існуючих протиріч різними методами в процесі реформування економіки країн з ринковою системою, що розвивається;

- розробка рекомендацій щодо підвищення якості державного управління, виходячи з оцінки глибини диспропорцій і протиріч в країні;

- систематизація розроблених заходів зі збалансування секторального економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід вказати, що типовою є практика, коли держава сама, своїми непрофесійними рішеннями сприяє корупції, тінізації економіки, офшоризації і витоку капіталу і ресурсів з країни. Чинники незбалансованості в діяльності і програмах дезорганізують суспільство, ведуть до наростаючого відставання країн з перехідною ринковою економікою, до формування помітно відсталих соціальних структур суспільства.

Проведене дослідження показує, що причинами незбалансованості розвитку для країн з трансформаційною економікою та недосконалими ринковими механізмами є: ручне управління макроекономічними індикаторами та фінансовими регуляторами; непрофесійність та прорахунки; політичне та олігархічне лобювання; корупція; неспівпадіння інтересів між соціальними групами та недостатня вмотивованість їх; стратегічна безвідповідальність, лише антикризовий підхід без урахування прояву заходів у майбутньому. Якщо взяти Україну, то при усіх позитивних досягненнях існує статистика показників та багато посилань на ще хиткий стан економіки. Наприклад, наслідком досить високих кредитних ставок в Україні, зумовлених рівнем облікової ставки НБУ, стало недостатнє завантаження виробничих потужностей більшості галузей промисловості. Тобто їх потенціал значною мірою не використовується. У структурі капітальних інвестицій банківські кредити становлять 7 %, в той час як власні кошти підприємств – 73,2 % [9]. Такі джерела інвестицій як кошти місцевих бюджетів і гроші населення на будівництво житла за питомою вагою перевищують банківські кредити. Для збалансованого розвитку фінансового і реального промислового секторів економіки України важливим є продовження

основних реформ і зусиль з поліпшення інвестиційного клімату. Але це не є перешкодою для впровадження заходів із розвитку промисловості та впровадження індустрії 3.0/4.0.

Для України характерна деіндустріалізація економіки та збільшення у структурі ВВП частки галузей з низьким податковим коефіцієнтом, збільшення тіньового обігу підакцизних товарів, подальше зниження ефективності роботи митних і податкових органів. Частка нерезидентів в структурі державного боргу становить 36,8 %, що свідчить про високий ризик боргової політики держави. Така частка нерезидентів в структурі державного боргу створює загрозу раптового відпливу спекулятивного капіталу та різкого обвалу валютного курсу гривні. Обсяг виплачених банкам відсотків за депозитними сертифікатами НБУ за рахунок емісії протягом останніх п'яти років вже сягнув понад 40 млрд грн, що є неефективним витрачанням державних грошей. Для порівняння це майже у 2,5 рази більше, ніж річні видатки зведеного бюджету на поліклініки, амбулаторії та швидку допомогу [3].

Протягом багатьох років оперування фінансовими інструментами здійснювалося певною мірою окремо від реальних економічних і соціальних процесів (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки використання основних інструментів та методів монетарної політики та монетарного регулювання

Переваги	Недоліки
Операції на відкритому ринку Мета застосування: найбільш суттєвий вплив на зміну грошової маси та пропозиції грошей	
1. Центральний банк має повний контроль над операціями. 2. Гнучкі і точні, можна застосовувати як великі, так і незначні обсяги операцій. 3. У разі необхідності операції купівлі/продажу цінних паперів можна замінити на протилежні (продажу/купівлі) без будь-яких негативних наслідків	
Рефінансування банків. Мета застосування: вплив на пропозицію грошей через вплив на обсяг кредитів та грошової маси	
Виконання центральним банком кредитора останньої інстанції та можливість погашення «фінансової паніки»	Можливість проведення більш ризикової політики банком з огляду на можливість допомоги
Депозитні операції центрального банку. Мета застосування: вплив на пропозицію грошей шляхом розміщення депозитних сертифікатів	
Абсорбування надлишкової ліквідності та нейтралізація тиску тимчасово вільних коштів банків на валютний ринок	Проведення депозитних операцій НБУ за високими ставками зменшує стимул до проведення кредитних операцій банками
Процентна політика. Мета застосування: вплив на пропозицію грошей через вплив на обсяг кредитів та грошової маси. Пасивне платіжне підвищення облікової ставки може стимулювати приплив капіталів з країн із більш низькою процентною ставкою і стримувати відплив національних капіталів. Знижуючи офіційну ставку, центральний банк розраховує на відплив національних та іноземних капіталів у цілях зменшення активного сальдо платіжного балансу і зниження курсу своєї валюти	
Сигналізує про наміри Центрального банку щодо майбутньої монетарної політики	1. Центральний банк може впливати на зміну ставки, проте не може змусити банки здійснювати операції за такими ставками. 2. Якщо дисконтна ставка нижча за ринкові ставки, то банки, які отримали кредити від Центрального банку, можуть їх використовувати для надання кредитів або купівлі цінних паперів за вищими процентними ставками
Валютні інтервенції. Мета застосування: вплив на курс національної валюти щодо іноземних валют, на загальний попит та пропозицію грошей в Україні. Є доцільним за незначних коливань курсу нацвалюти та неврівноваженості платіжного балансу	
1. Значний вплив на курс національної валюти	1. Обсяг операцій обмежується розмірами офіційних валютних резервів, тому продаж валюти має чергуватися із купівлею валюти. Країни із хронічним платіжним дефіцитом замість валютних інтервенцій вдаються до валютних обмежень. 2. Можливість виникнення валютних криз
За умов достатності золотовалютних резервів є дійсним: 1. Забезпечення впевненості в учасників ринку щодо здатності виконання державою своїх зовнішніх зобов'язань; 2. Наявні ліквідні кошти в іноземній валюті можуть бути використані для нейтралізації шоків під час кризових явищ	Залежно від розміру золотовалютних резервів можуть проявлятися як переваги, так і недоліки

Джерело: розроблено автором на підставі [1, 7, 9]

Фінансово-монетарна політика в Україні підпорядкована регулюванню інфляції і стабілізації фінансового сектора та не особливо враховує динаміку розвитку реального сектора економіки. Наслідком високих кредитних ставок, зумовлених рівнем облікової ставки, є недостатнє завантаження виробничих потужностей більшості галузей промисловості. Тобто їх потенціал значною мірою не використовується. Аналіз основних макроекономічних показників розвитку економіки України має бути спрямований на розробку стратегічних напрямів, які б забезпечували мінімізацію незбалансованості, диспропорцій промислового і фінансового розвитку та мінімізацію інших загроз у майбутньому.

Б. Данилишин стверджує: «Потрібно рухатися до того, щоб пріоритети у грошово-кредитній сфері за можливості збігалися з пріоритетами в розвитку реального сектора економіки. Реалізація монетарної політики повинна відбуватися разом із промисловими пріоритетами. Саме в реальному секторі створюються

умови для зростання і модернізації економіки» [4]. Для підтримки реальної економіки необхідні такі заходи, як боротьба з корупцією, реформа судочинства, оновлення освітньої системи, розвиток фінансового сектору, зменшення регуляторного навантаження на бізнес, впровадження прозорих та рівних правил гри і поліпшення інвестиційного клімату.

Основна ініціатива має виходити від бізнесу, але з використанням підтримки держави. Необхідно створити національну та регіональні платформи 4.0 за прикладом країн ЄС, які об'єднували б державні інституції, бізнес і науковців. Необхідне розширення джерел фінансування для інноваційних проектів у промисловості. Сьогодні недостатньо використовуються наявні механізми пільгового фінансування, тому варто проаналізувати можливі вузькі місця процесу. Необхідно підтримувати створення нових підприємств і технологічне оновлення промислових МСП. Цей напрям може бути перспективним для залучення донорських і державних коштів, наприклад, на проведення технологічного аудиту і підтримку стартапів. Утім, кінцева відповідальність за підвищення продуктивності виробництва покладатися на самих підприємців.

Конкурентоспроможність країни насамперед залежить від здатності промисловості країни вводити нововведення і модернізуватися для того, щоб випускати сучасну високотехнологічну продукцію з високою часткою доданої вартості. Також на конкурентоспроможність національних виробників позитивний вплив справляє ступінь розвиненості конкуренції всередині держави, вимоги, що пред'являються споживачами до якості вітчизняних товарів і послуг. Україні немає в рейтингу ОЕСР за часткою високотехнологічних галузей в національному ВВП, як і немає нашої країни в рейтингу Світового банку за часткою високотехнологічної продукції в національному експорті. Це може ілюструвати конкурентоспроможність економіки (табл. 2).

Таблиця 2

Прямі інвестиції в Україну: операції за видами діяльності, млн дол. США [11]

Галузь	Прямі інвестиції (усього)	Інструменти участі в капіталі	Інструменти участі в капіталі, крім доходів реінвестування	Реінвестування доходів	Боргові інструменти
I кв. 2020					
Прямі інвестиції в Україну	1549,5	1499,2	282,7	1 782,0	50,3
Сільське, лісове та рибне господарство	9,8	9,4	5,9	15,2	0,4
Промисловість	1593,8	1 45,5	91,3	1 636,9	48,3
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	27,0	19,6	11,7	31,3	7,4
Переробна промисловість	1640,5	1521,9	55,9	1 577,8	118,6
II кв. 2020					
Прямі інвестиції в Україну	1255,4	1237,3	186,7	1050,6	18,1
Сільське, лісове та рибне господарство	13,5	28,8	8,3	20,5	15,3
Промисловість	655,1	642,2	57,4	584,8	12,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	9,3	28,2	9,6	18,6	18,9
Переробна промисловість	561,5	581,5	39,5	542,0	20,1

Якщо і далі конкурентні переваги матимуть тільки ті українські компанії, які займаються вирощуванням сільгосппродукції, видобутком гірничорудної сировини і виробництвом металопродукції низьких переділів, то отримаємо технологічну відсталість країни і закріпимо залежність від мінливої кон'юнктури міжнародних сировинних ринків. Якщо ж маємо намір наблизитись до індустріально розвинених країн, необхідна державна політика в тих галузях промисловості, де Україна має чи може мати конкурентні переваги – аерокосмічна галузь, сільгоспмашинобудування, суднобудування, транспортне машинобудування, військово-промисловий комплекс. Вітчизняні компанії з цих секторів економіки повинні шукати на ринках високомаржинальні ніші, де зможуть знайти прикладання своїх сил у створенні продукції, що користується попитом, використовуючи існуючий науково-технічний потенціал. Держава повинна їх підтримувати, супроводжуючи експортні контракти, спрощуючи логістику, створюючи рекламу і просування, забезпечуючи гарантіями, страхуванням і навіть фінансуванням.

Література

1. Богдан Данилишин. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2719877-ak-ukraini-buduvati-konkurentospromoznu-ekonomiku.html>
2. Стігліц Д. Глобалізація та її тягар / Джозеф Стігліц ; [пер. з англ.] – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2003. – 252 с. – URL : <https://www.ips-journal.eu/book-reviews/article/show/globalization-and-its-discontents-revisited-2708/>
3. Polanyi John. (7 December 2010). Freedom, indivisible. The Globe and Mail. URL: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/john-charles-polanyi>
4. Стігліц Дж. Крутое пике. Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса / Стігліц Дж. – М. : Эксмо, 2011.
5. Варналій З.С. Особливості та перспективи розвитку економіки знань в Україні / З.С. Варналій, Л.П. Хмелевська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. – 2017. – № 2. – С. 7–14. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknudten_2017_2_3

6. Свтушенко Н.М. Макроекономічна стабільність в Україні / Свтушенко Н.М., Макарчук І.М., Яременко Л.М. // Економічні науки. – 2016. – № 3 (30). – URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/19.pdf>
7. Єрмошенко М.М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : наук. моногр. / Микола Миколайович Єрмошенко, Кіра Сергіївна Горячева. – К. : Національна академія управління. – 2010. – 232 с.
8. Використання основних інструментів та методів монетарної політики та монетарного регулювання. – URL : http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id123274&cat_id12
9. Особливості виконання меморандуму МВФ у 2019 році / Прес-служба МЦПД, 08.02.2019. – URL : <http://icps.com.ua/osoblyvosti-vykonannya-memorandumu-mvf-u-2019-rotsi/>
10. Вісник НБУ. – URL : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external4> 28. 11.2020
11. https://zaxid.net/ekonomika_ukrayini_2019_pidsumki_analitikov_tezi_n1495360

References

1. Bohdan Danylyshyn. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2719877-ak-ukraini-buduvati-konkurentospromoznu-ekonomiku.html>
2. Stiglitz J. Globalizatsiia ta yii tiahar / Joseph Stiglitz ; [per. z anh1.] – K. : Vyd. dim «KM Akademiia», 2003. – 252 s. – URL : <https://www.ips-journal.eu/book-reviews/article/show/globalization-and-its-discontents-revisited-2708/>
3. Polanyi John. (7 December 2010). Freedom, indivisible. The Globe and Mail. URL: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/john-charles-polanyi>
4. Stiglitz J. Krutoe pike. Amerika i novyj ekonomicheskij porjadok posle globalnogo krizisa / Stiglitz J. – M. : Eksmo, 2011.
5. Varnalii Z.S. Osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku ekonomiky znan v Ukraini / Z.S. Varnalii, L.P. Khmelevska // Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu tekhnolohii ta dizainu. Serii: Ekonomichni nauky. – 2017. – № 2. – S. 7–14. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2017_2_3
6. Ievtushenko N.M. Makroekonomichna stabilnist v Ukraini / Yevtushenko N.M., Makarchuk I.M., Yaremenko L.M. // Ekonomichni nauky. – 2016. – № 3 (30). – URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/19.pdf>
7. Yermoshenko M.M. Finansova skladova ekonomichnoi bezpeky: derzhava i pidpriemstvo : nauk. monohr. / Mykola Mykolaiovych Yermoshenko, Kira Serhiiivna Horiacheva. – K. : Natsionalna akademiia upravlinnia. – 2010. – 232 s.
8. Vykorystannia osnovnykh instrumentiv ta metodiv monetarnoi polityky ta monetarnoho rehuliuвання. – URL : http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id123274&cat_id12
9. Osoblyvosti vykonannya memorandumu MVF u 2019 rotsi / Pres-sluzhba MTsPD, 08.02.2019. – URL : <http://icps.com.ua/osoblyvosti-vykonannya-memorandumu-mvf-u-2019-rotsi/>
10. Visnyk NBU. – URL : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external4> 28. 11.2020
11. https://zaxid.net/ekonomika_ukrayini_2019_pidsumki_analitikov_tezi_n1495360

Надійшла / Paper received: 13.06.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

УДК 336.717.13

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-23

ЛАРІОНОВА К. Л., ХМІЗ О. М.

Хмельницький національний університет

ОЦІНКА РІВНЯ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Стаття присвячена проведенню оцінки рівня безпеки банківської системи України у 2016–2019 роках. Розкрито економічний зміст поняття фінансової безпеки банківської системи, визначено методичний підхід до оцінки фінансової безпеки українських банків, проведено аналіз показників достатності фінансової безпеки банківського сектору в Україні за 2016–2019 роки. Визначено інтегральний індикатор банківської безпеки України та досліджено його динаміку. Отримані результати проведеного дослідження дозволили визначити стан, основні проблеми та запропонувати комплекс заходів для забезпечення фінансової безпеки банків України.

Ключові слова: безпека, банк, банківська система, рівень безпеки, фінансова безпека банківської системи, індикатор банківської безпеки, оцінка банківської безпеки.

LARIONOVA K., KHMYZ O.

Khmelnitskyi National University, Ukraine

ASSESSMENT OF THE SECURITY LEVEL OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE

The article is devoted to the assessment of the level of security of the banking system of Ukraine in 2016-2019. The economic meaning of the concept of financial security of the banking system as a component of economic security of the country is revealed, approaches to the definition of the concept of financial security of the bank by different researchers are presented, and the own definition is offered. The role of the bank's financial security in ensuring the economic and banking security of the state was substantiated, the methodological approach to assessing the security of the banking system proposed by the Methodological recommendations for calculating the level of economic security of Ukraine, approved by the Order of the Ministry of Development and Trade. The analysis of indicators of sufficiency of financial security of the banking sector in Ukraine for 2016-2019 is carried out. Based on the absolute indicators of the main indicators that characterize the level of banking security, we calculated the characteristic values for each and determined the weights. In accordance with the approved methodology, the integrated indicator of banking security of Ukraine was determined and its dynamics were studied. A range of characteristic values was also presented, which makes it possible to assess the level of financial security of the banking system. Based on the study, the level of banking security for the analyzed period was assessed as unsatisfactory, but there is a positive trend to increase the level of financial security of the banking system. We identified the main threats that affected the financial security of the banking sector, including the high level of non-performing loans, the low quality of banks' loan portfolios, and the high share of short-term loans in the loan portfolio. The results of the study allowed to identify the state, main threats and propose a set of measures to ensure the financial security of the banking sector, taking into account the threats, which will help to form a clear picture of the current situation and identify priority actions to prevent their destructive impact. banking system of Ukraine.

Key words: security, bank, banking system, security level, financial security of banking system, banking security indicator, banking security assessment.

Постановка проблеми. Розвиток економіки будь-якої країни неможливий без забезпечення ефективної та надійної банківської системи, яка уособлює в собі інструмент акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів. Банківський сектор України на даному етапі розвитку переживає важкі часи, через загострення фінансово-економічної кризи, підвищення рівня конкуренції, високої недовіри населення та інших зовнішніх та внутрішніх загроз, що негативно впливають на стабільне та ефективне функціонування комерційних банків.

Першочерговим завданням для забезпечення сталого розвитку банківського сектору України є забезпечення фінансової безпеки банківської системи та оцінка її рівня, яка дасть можливість визначити фактичний стан фінансової безпеки банківської системи України, вплив тих чи інших чинників та загроз на стабільність функціонування банків та визначити вектор дій щодо запобігання їх негативного впливу, і ефективної реалізації превентивних заходів для підвищення рівня безпеки банківської системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над питанням оцінки рівня безпеки банківської системи та аналізом її індикаторів працювали багато вітчизняних науковців та фахівців, серед яких Д. Артеменко, Д. Кольцов, О. Барановський, Ю. Дятлова, В. Гамза, М. Зубок, В. Коваленко, О. Музичка, Т. Гадомська, О. Ілїнич, М. Калугін, І. Семенов, О. Канаєв, О. Козловський, Є. Кулікова, В. Черенков, Є. Ляковський, Н. Савинська, В. Сенчагов, К. Тихонков, Н. Нагочеева, І. Ткачук та інші.

Не зважаючи на широке коло дослідників даного питання та їх наукові здобутки, питання оцінки рівня фінансової безпеки банків, дослідження сучасних тенденцій, особливостей забезпечення та перспектив розвитку залишаються актуальними та значущими і сьогодні.

Метою дослідження є визначення економічного змісту фінансової безпеки банку та оцінка рівня фінансової безпеки банківської системи України на основі розрахунку інтегрального індикатора безпеки банківської системи України.

Виклад основного матеріалу. Наслідки економічної кризи, спричиненої збройним конфліктом на Сході України та анексією Криму, що охопили Україну у 2013–2015 рр., негативно вплинули на всі сфери

суспільного життя, але найбільших втрат зазнала фінансово-економічна сфера, важливе місце у якій посідає банківська система. Зважаючи на велику кількість загроз, що динамічно розвиваються і посилюють свій негативний вплив на стабільну та ефективну діяльність банків України, необхідним постає питання пошуку адекватних інструментів та механізмів запобігання загрозам у системі підвищення рівня фінансової безпеки комерційних банків, та банківської системи в цілому.

Найважливішим етапом формування рекомендацій щодо забезпечення фінансової безпеки банківської системи є оцінка її рівня та аналіз стану розвитку комерційних банків України у системі забезпечення фінансової безпеки банківського сектору з врахуванням загроз, що допоможе сформувати чітке уявлення щодо поточного стану і визначити пріоритетні напрями дій щодо запобігання їх деструктивного впливу, ефективна реалізація яких сприятиме підвищенню рівня безпеки банківської системи України.

При формуванні системи забезпечення фінансової безпеки банку необхідною складовою є розкриття сутності даного поняття у всіх його аспектах, для розширення інформативної бази та уточнення предмета дослідження, адже, зважаючи на широкий спектр наукових праць, нормативно-правових документів, аналітичних та статистичних звітів та іншої довідкової літератури, у якій наводиться визначення даного поняття, його трактування залишається неоднозначним, що може негативно вплинути на формування механізму забезпечення фінансової безпеки банківського сектору в цілому (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття «фінансова безпека банку»

Автор, джерело	Трактування поняття
Барановський О.І. [2]	Фінансова безпека банку – сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для фінансового стану банку дії чи обставини попереджені чи зведені до такого рівня, за якого вони не здатні завдати шкоди порядку функціонування банку, збереженню й відтворенню його майна та інфраструктури і перешкоджати досягненню банком статутних цілей
Артеменко Д.А. [1]	Фінансова безпека банку – забезпечення режимних, організаційно-управлінських, технічних заходів, які гарантують якісний захист прав та інтересів банку, зростання статутного капіталу, підвищення ліквідності активів, збереження фінансових цінностей
Дмитров С.О. [4]	Фінансова безпека банку – це захист фінансових інтересів банку, його фінансової стійкості і середовища, в якому він функціонує
Євченко Н.Г., Криклій О.А. [5, 8]	Фінансова безпека банку – це такий його фінансовий стан, який характеризується збалансованістю системи фінансових показників, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, що дозволяє своєчасно та в повному обсязі виконувати взяті на себе зобов'язання, а також забезпечує ефективний розвиток банку в поточному та наступних періодах
Голобородько Ю.О. [3]	Фінансова безпека банківської установи – це такий її стан, який характеризується оптимальним рівнем залучення розміщення ресурсів при мінімізації загроз та негативних явищ і характеризує здатність банків до саморозвитку, і підвищення ефективності та конкурентноздатності
Єпіфанов А.О. [6]	Фінансова безпека банку – стан банківської установи, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, його здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку

Поняття «фінансова безпека банку» висвітлюється кожним автором з індивідуальним підходом, наголошуючи на тих факторах, що на їх думку найбільш чітко та широко розкривають дане поняття, однак, ми пропонуємо таке визначення: «фінансова безпека банку – це стан банківської установи, який характеризує її як захищену, стабільну, стійку, здатну швидко та адекватно реагувати на внутрішні та зовнішні дестабілізаційні чинники, акумулювати необхідний обсяг фінансових ресурсів та ефективно функціонувати в умовах конкурентного середовища, при цьому забезпечуючи розвиток і розширене відтворення». На нашу думку, дане тлумачення фінансової безпеки банку є найширшим, оскільки включає в себе чинники, що сигналізують про порушення фінансової безпеки банку.

З огляду на сказане, необхідно зазначити визначення фінансової безпеки банківської системи, оскільки вона включає в себе безпеку кожного банку країни і узагальнює в собі усі вищезгадані визначення. Так, Кравчук Н. Я. зазначає, що фінансова безпека банківської системи – це стан банківської системи, за якого забезпечуються умови для її стабільного й ефективного функціонування, максимізації прибутку та оптимального використання її ресурсів для соціально-економічного розвитку країни. За таких умов фінансова стабільність максимально захищена від цілеспрямованих дій певної групи осіб і організацій або фінансової ситуації, що виникає ззовні і всередині банківської системи [7].

Варто підкреслити, що в умовах динамічного розвитку фінансової сфери, збільшення асортименту фінансових послуг, глобалізації науково-технічного прогресу та стрімкого поширення ІТ-технологій, паралельно збільшується можливість виникнення та впливу негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на функціонування банківської системи. Тому першочерговим є безперервний моніторинг та систематичне оцінювання стану банківської безпеки України для забезпечення її ефективного функціонування.

Проведення оцінки рівня фінансової безпеки банківської системи здійснюється на основі запропонованого підходу у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджених Наказом Міністерства розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277. Порядок розрахунку індексу банківської безпеки за офіційною методикою включає в себе такі етапи: формування множини індикаторів; визначення характеристичних значень індикаторів; нормалізація індикаторів; визначення вагових коефіцієнтів; розрахунок інтегрального індексу [9].

Дана методика дозволяє визначити ступінь кореляційного зв'язку між індикаторами фінансової безпеки, здійснити аналіз поточного стану захищеності банків та дати оцінку фактичного рівня безпеки банківської системи. Вихідні дані для розрахунку індикаторів банківської системи наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунку індикаторів безпеки банківської системи України (2016–2019 рр.)

Показник	Рік			
	2016	2017	2018	2019
Частка простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками резидентам України, %	30,47	54,54	52,85	48,36
Кредити в іноземній валюті, надані резидентам, млн грн.	493683,3	446030,5	459136,6	373175,6
Депозити в іноземній валюті, залучені депозитними корпораціями від резидентів, млн грн.	367056,2	407872,4	392283,8	428955,1
Співвідношення банківських кредитів та депозитів в іноземній валюті, %	134,5	109,4	117,0	87,0
Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	43,3	48,9	35,8	28,7
Кредити, надані резидентам строком від 1 до 5 років, млн грн	389798,4	342147,1	336898,4	307628,8
Кредити, надані резидентам строком понад 5 років, млн грн	258409,2	268791,7	244290,1	190771,3
Депозити, залучені від резидентів строком від 1 до 2 років, млн	148497,1	151485,1	125571,4	108142,2
Депозити, залучені від резидентів строком понад 2 років, млн	8580,6	34896	28863,1	24441,7
Рентабельність активів, %	-12,6	-1,93	1,69	4,26
Співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань, %	92,09	98,37	93,52	94,35
Обсяг активів п'яти найбільших банків за розмірами активів, млн грн	700143,7	804815,1	823528,8	1235032,2
Частка активів п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи, %	55,73	60,34	60,57	82,71
Активи банків, усього, млн грн	1256298,6	1333831	1359703	1493298

*складено авторами за даними [10]

Згідно з даними таблиці 2, у період з 2016 по 2019 рік спостерігається критично високе значення показника простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками резидентам України, тоді як оптимальним значенням є 2 %, згідно з Методичними рекомендаціями, а критичним 7 %, у 2017 році спостерігається найвище значення – 54,54 %, і хоч у 2019 році спостерігається незначне скорочення значення даного індикатора до 48,36 %, проте такий рівень однаково перевищує критичний. На нашу думку, це пов'язано з істотним погіршенням якості кредитного портфелю, збільшенням обсягів непрацюючих кредитів, що в свою чергу спонукає банки до збільшення відрахувань до страхових резервів, та перешкоджає активізації корпоративного кредитування.

Щодо співвідношення банківських кредитів та депозитів в іноземній валюті, то можна сказати, що згідно Методичних рекомендацій даний індикатор є змішаним, тобто який до певного значення показника є стимулятором, а в разі подальшого збільшення перетворюється на дестимулятор складової/субіндексу стану економічної безпеки. Тобто згідно з критеріями нормування значення даного індикатора до 90 % є стимулятором складової економічної безпеки, у межах від 90 % до 110 % значення є оптимальним, а значення показника понад 110 % свідчить про критичний рівень економічної безпеки банківського сектору.

Динаміка даного індикатора протягом усього періоду, що аналізується, була нестійкою і справляла, переважно, дестабілізуючий вплив на рівень безпеки банківської системи, у 2016 та 2018 роках показники перевищували критичний рівень і справляли негативний вплив на рівень фінансової безпеки банків України, а у 2017 та 2019 роках значення показника вказують на те, що показник був стимулятором, тобто підвищував рівень безпеки.

Аналіз динаміки індикатора «частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків» свідчить про те, що банки з іноземним капіталом є більш стійкими під час криз, і ефективність діяльності банків з іноземним капіталом дещо вища за вітчизняні банки. Нами з'ясовано, що протягом аналізованого періоду динаміка даного показника має тенденцію до скорочення, однак, досліджуваний індикатор є індикатором змішаного типу і згідно Методичних рекомендацій оптимальні значення знаходяться в діапазоні від 20 % до 25 %, а задовільні – від 18 % до 20 %, з однієї сторони, та від 25 % до 30 % – з іншої, тобто опираючись на проведені нами розрахунки, частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків за увесь досліджуваний період перевищувала порогові значення, що свідчить про високий ступінь залежності вітчизняних банків від іноземного капіталу.

Ще одним важливим індикатором при оцінці рівня фінансової безпеки банків є показник рентабельності активів, відповідно до Методичних рекомендацій його визначають як змішаний, тобто діапазон його оптимальних значень лежить від 1,0 % до 1,5 %. З огляду на ситуацію що склалась за досліджуваний період, можна зробити висновок, що протягом 2016–2019 років значення даного індикатора не відповідало оптимальному, це свідчить про те, що у період коли рентабельність була нижча за оптимальне значення попит на банківські послуги та продукти був знижений і банки не в повній мірі використовували свої активи задля примноження прибутку, однак спостерігалася і висока рентабельність активів протягом 2018 та 2019 років, що свідчить про ефективне використання банками власних та запозичених ресурсів.

З огляду на аналіз індикаторів фінансової безпеки банківської системи, нами було з'ясовано, що єдиним показником який протягом усього досліджуваного періоду відповідав оптимальним значенням є змішаний показник співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань, з 2016 по 2019 рік значення показника було стабільним і коливалось лише на декілька відсотків, однак все ж залишалось у оптимальному проміжку (85–100 %) визначеному Методичними рекомендаціями. Це говорить нам про те, що протягом аналізованого періоду банки України мали достатній мінімальний обсяг активів для забезпечення своєї ліквідності, що є вкрай важливим при кризовому періоді.

Частка активів п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи є індикатором дестимулятором, тобто збільшення його показника приведе за собою зменшення рівня безпеки банківської системи. Критичним значенням даного показника є 60 %, з огляду на динаміку даного показника спостерігаємо щорічний приріст значення, це відбувається через переважання в банківській системі державних банків, у 2016 році розмір показника був в межах допустимого – 55,73 %, а з 2017 року значення індикатора перевищило критичний рівень.

На підставі визначених нами індикаторів, що на нашу думку найбільше впливають на стан банківської безпеки, адекватно відображають її стан та мають достовірне статистичне підґрунтя надане у офіційних звітах НБУ, проведеному нами аналізу їх динаміки, проведемо розрахунок інтегрального індикатора банківської безпеки за методикою затверджено у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України.

Перший етап – формування множини індикаторів, який ми визначимо на основі показників таблиці 1, далі наступним етапом за методикою розрахунку для кожного індикатора є розроблені характеристичні значення, які вказують на їх рівень, а діапазон значень кожного індикатора вимірюється від 0 до 1, як і діапазон інтегрального індикатора банківської безпеки України. Для визначення характеристичного значення показника використовують лінійну функцію, що дозволить перевести абсолютні значення індикаторів у нормовані. У переліку представлених нами індикаторів є індикатори типу В, що є дестимуляторами, а також індикатори типу А, що є змішаними, нормування такого індикатора потребує поєднання формули за типом С (для лівої частини, яка є стимулятором) та за типом В (для правої частини, що є дестимулятором).

Нормування індикатора за типом С здійснюється за такою формулою:

$$y = \begin{cases} 0,2 \exp\left(\frac{x_{ij} - x_{\text{крит}}}{n_i}\right), & x_{ij} < 0 \cap x_{ij} < x_{\text{крит}} \\ 0,2 \frac{x_{ij}}{x_{\text{крит}}}, & 0 < x_{ij} < x_{\text{крит}} \\ 0,2 + 0,2 \frac{(x_{ij} - x_{\text{крит}})}{(x_{\text{небезп}} - x_{\text{крит}})}, & x_{\text{крит}} \leq x_{ij} < x_{\text{небезп}} \\ 0,4 + 0,2 \frac{(x_{ij} - x_{\text{небезп}})}{(x_{\text{нездв}} - x_{\text{небезп}})}, & x_{\text{небезп}} \leq x_{ij} < x_{\text{нездв}} \\ 0,6 + 0,2 \frac{(x_{ij} - x_{\text{нездв}})}{(x_{\text{здв}} - x_{\text{нездв}})}, & x_{\text{нездв}} \leq x_{ij} < x_{\text{здв}} \\ 0,8 + 0,2 \frac{(x_{ij} - x_{\text{здв}})}{(x_{\text{опт}} - x_{\text{здв}})}, & x_{\text{здв}} \leq x_{ij} < x_{\text{опт}} \\ 1, & x_{\text{опт}} \leq x_{ij} \end{cases} \quad (1)$$

де x_{ij} – значення i -го індикатора в період j ;

y_{ij} – нормоване значення індикатора x_{ij} ;

n_i – константа згладжування, для кожного індикатора визначається окремо експертним шляхом.

Нормування індикатора за типом В проводять за такою формулою:

$$y = \begin{cases} 1, & x_{ij} < x_{\text{опт}} \\ 0,8 + 0,2 \frac{(x_{\text{здв}} - x_{ij})}{(x_{\text{здв}} - x_{\text{опт}})}, & x_{\text{опт}} \leq x_{ij} < x_{\text{здв}} \\ 0,6 + 0,2 \frac{(x_{\text{нездв}} - x_{ij})}{(x_{\text{нездв}} - x_{\text{здв}})}, & x_{\text{здв}} \leq x_{ij} < x_{\text{нездв}} \\ 0,4 + 0,2 \frac{(x_{\text{небезп}} - x_{ij})}{(x_{\text{небезп}} - x_{\text{нездв}})}, & x_{\text{нездв}} \leq x_{ij} < x_{\text{небезп}} \\ 0,2 + 0,2 \frac{(x_{\text{крит}} - x_{ij})}{(x_{\text{крит}} - x_{\text{небезп}})}, & x_{\text{небезп}} \leq x_{ij} < x_{\text{крит}} \\ 0,2 \frac{x_{\text{крит}}}{x_{ij}}, & x_{ij} \geq x_{\text{крит}} \end{cases} \quad (2)$$

де x_{ij} – значення i -го індикатора в період j ;

y_{ij} – нормоване значення індикатора x_{ij} .

Наступним кроком у розрахунку індикатора банківської безпеки є визначення вагових коефіцієнтів для кожного нормованого індикатора, кожен коефіцієнт був розрахований методом експертного оцінювання та наведений у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України.

З огляду на проведені нами розрахунки, визначені вагові коефіцієнти та нормалізація індикаторів, розрахуємо інтегральний індикатор безпеки банківської системи за досліджуваний період методом «зважених сум» за такою формулою:

$$I = \sum_{i=1}^n d_i y_i \quad (3)$$

де I – агрегований показник/субіндекс банківської безпеки; d_i – ваговий коефіцієнт, що визначає ступінь внеску i -го показника в інтегральний індекс складової банківської безпеки; y_i – нормалізована оцінка i -го індикатора.

Отже, на основі наведених даних, відобразимо вихідні дані для розрахунку та значення інтегрального індикатора банківської безпеки у таблиці 3.

Таблиця 3

Розрахунок інтегрального індикатора безпеки банківської системи України у 2016–2019 роках

Нормований індикатор	Тип індикатора	Ваговий коефіцієнт	Рік			
			2016	2017	2018	2019
Частка у загальному обсязі простроченої заборгованості за кредитами в кредитах, наданих банками резидентам	B	0,151	0,046	0,026	0,026	0,026
Співвідношення банківських кредитів та депозитів в іноземній валюті	A	0,1425	0,715	1,00	0,931	0,987
Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків	A	0,1371	0,367	0,311	0,243	0,852
Співвідношення довгострокових (понад 1 рік) кредитів та депозитів	B	0,1487	0,145	0,183	0,161	0,165
Рентабельність активів	A	0,1496	0,00	0,079	0,924	0,133
Співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань	A	0,1359	0,893	0,973	0,921	0,924
Частка активів п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи	B	0,1351	0,285	0,199	0,198	0,136
Інтегральний індикатор банківської безпеки			0,341	0,387	0,484	0,450

* розраховано авторами на основі звітних даних банківських установ України [10]

На рис. 1 показано динаміку інтегрального індикатора банківської безпеки у період з 2016 по 2019 рр.

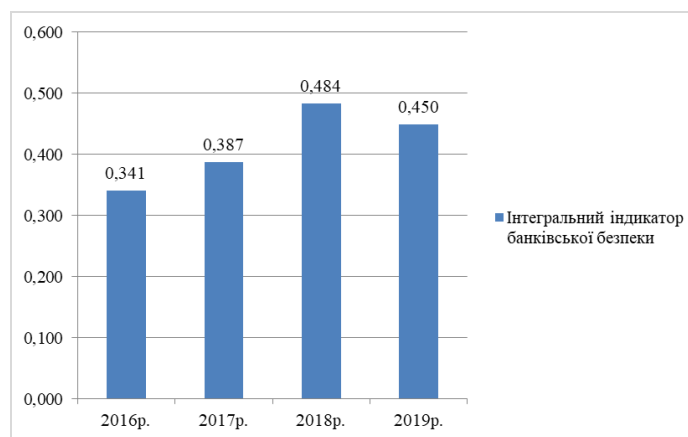


Рис. 1. Динаміка інтегрального індикатора банківської безпеки України за 2016–2019 роки

Як ми вже зазначили, для кожного нормалізованого значення індикатора, включаючи індикатора банківської безпеки, визначено діапазон значень, що характеризують його рівень. Діапазон значень лежить від 0 до 1 (або від 0 % до 100 %) і ділиться на 5 інтервалів (табл. 4).

Таблиця 4

Діапазон характеристичних значень рівнів банківської безпеки

Діапазон значень	Визначення рівня безпеки
0	Абсолютно небезпечний рівень
0-0,2	Критичний рівень
0,2-0,4	Небезпечний рівень
0,4-0,6	Незадовільний рівень
0,6-0,8	Задовільний рівень
0,8-1	Оптимальний рівень

*сформовано автором на основі [9]

Наведені дані свідчать про те, що інтегральний індикатор безпеки банківської системи знаходиться у діапазоні, що відповідає небезпечному рівню у 2016–2017 рр., і незадовільному рівню у 2018–2019 рр., найбільш проблемними індикаторами залишаються такі індикатори, як частка простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками резидентам України; співвідношення довгострокових (понад 1 рік) кредитів та депозитів; рентабельність активів; частка активів п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи. Хоч у період з 2016 по 2018 рр. спостерігається позитивна тенденція до збільшення рівня фінансової безпеки банків, однак негативна динаміка останніх трьох індикаторів зумовила, переважно, зниження загального рівня безпеки банківської системи України з 0,484 у 2018 р. до 0,450 у 2019 р.

Підсумовуючи проведені аналітичні дослідження варто зауважити, що на рівень безпеки банківської системи впливає ціла низка макроекономічних й внутрішньобанківських чинників, котрі справляють на рівень банківської безпеки стимулюючий або дестимулюючий вплив.

Варто виділити наявні загрози банківській системі України у досліджуваній нами період для запобігання їх негативного впливу у майбутніх періодах. В першу чергу це частка непрацюючих кредитів, даний показник за досліджуваний період був критично високим (більше 50 %), що свідчить про низьку якість кредитних портфелів банків та недосконалості методикою оцінювання рівня платоспроможності позичальників, наступною загрозою є показник співвідношення довгострокових кредитів та депозитів, як відомо саме довгострокові позики є рушійною силою економічного зростання банку та гарантією їх доходів у майбутньому, однак через економічні дисбаланси, нестабільну відсоткову ставку та зниження довіри до банків з боку вкладників рівень даного індикатора не є достатнім для ефективного розвитку банків України. Ще одним важливим фактором можна виділити переважання активів п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи, така концентрація свідчить про захоплення банківського ринку, що призводить до монополізації.

З огляду на зазначені загрози, необхідно розробити та здійснити комплекс заходів для підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи, а саме:

а) з боку держави:

– вдосконалення чинних та розробка нових нормативно-правових актів що регламентують діяльність банківських установ;

– створення інформаційно-аналітичної бази моніторингу показників безпеки банківських установ, як основу для проведення оцінки стану банківської безпеки;

– удосконалення методики розрахунку банківської безпеки, враховуючи усі потенційні та можливі загрози та розробка нової методики з розрахунку інтегральних показників банківської безпеки на довгостроковий період:

– розробку моделі безпеки банківських установ, як сукупності офіційно прийнятих поглядів, інститутів (установ, організацій, відносин і відповідних дій) шляхом ухвалення на державному рівні концепції, стратегії безпеки банківського сектору національної економіки та конкретної програми її забезпечення з метою створення методологічного та організаційно-правового підґрунтя для суб'єктів, які відповідають за розробку і реалізацію фінансової, грошово-кредитної і банківської політики;

– стимулювання до активізації розвитку комерційних банків шляхом надання привілеїв через пільгові заходи, такі як субсидювання, пільгові умови кредитування важливих промислових організацій, підтримка малого та середнього бізнесу шляхом зниження кредитних ставок чи надання періоду пільгового кредитування.

б) з боку банків:

– використання суб'єктами безпеки банківського сектору всього комплексу легітимних методів запобігання і протидії наявним і потенційним викликам і загрозам;

– формування бездоганної репутації банківських установ, для підвищення довіри з боку вкладників та кредиторів;

– застосування та розробка превентивних заходів щодо забезпечення швидкої та ефективної протидії банківської установи перед можливими загрозами;

– вдосконалення методики оцінювання рівня платоспроможності позичальників перед виданням високовартісної позики;

– диверсифікація портфеля цінних паперів банку з метою зменшення ризику;

– розробка можливих сценаріїв протидії (запобігання) зниженню рівня безпеки банківського сектору української економіки та переліку учасників їх реалізації й характеру їх взаємодії.

Висновки. Оже, основою забезпечення ефективного функціонування економіки України є забезпечення банківської безпеки, як основної її складової. У проведеному нами дослідженні ми з'ясували, що над питанням оцінки рівня банківської безпеки працювали і працюють багато вітчизняних та зарубіжних науковців, і, відповідно, кожен подає у своїх працях визначення «фінансової безпеки банку» по-своєму. Ми ж запропонували власне визначення, що на нашу думку передає усі сутнісні характеристики даного поняття. На основі запропонованого підходу до оцінки рівня фінансової безпеки банківської системи затвердженого у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України нами було розраховано інтегральний індикатор банківської безпеки України, і зроблений висновок, що у 2016–2019 роках рівень економічної безпеки банків України є незадовільним. Протягом 2016–2018 року спостерігалася позитивна

динаміка, однак у 2019 році рівень безпеки почав знижуватись. Це свідчить про нездатність банківського сектору України на сучасному етапі розвитку фінансового ринку протистояти внутрішнім і зовнішнім загрозам. У зв'язку з цим було запроваджено низку заходів задля підвищення рівня банківської безпеки як з боку держави, так і з боку комерційних банків.

Література

1. Артеменко Д. А. Механизм обеспечения финансовой безопасности банковской деятельности : автореф. дис. на соис. учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение, кредит» / Д. А. Артеменко. – Ростов-на-Дону, 1999. – 190 с.
2. Барановський О. Безпека банківської сфери / О. Барановський // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 6 – С. 20–27.
3. Голобородько Ю. О. Теоретичні підходи до розкриття суті та складових фінансової безпеки банківських установ / Ю. О. Голобородько // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.12. – С. 194–198.
4. Дмитров С. О. Шляхи оцінки ефективності фінансового моніторингу в банку / С. О. Дмитров, М. Ю. Соколова // Економіка та держава. – 2011. – № 2 – С. 22–26.
5. Євченко О. А. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. – 2009. – Вип. 25. – С. 45–52.
6. Єпіфанов А.О. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія / А.О. Єпіфанов, О.Л. Пластун, В.С. Домбровський, Болгар Т.М. та ін. ; за заг. ред. А.О. Єпіфанова. – Суми : УАБС НБУ, 2009. – 295 с.
7. Кравчук Н.Я. Фінансова безпека : навч.- метод. посібник / Кравчук Н.Я., Колісник О.Я., Мелих О.Ю. – Тернопіль : Вектор, 2010. – 277 с.
8. Криклій О.А. Науково-методичне забезпечення діагностування кризи на мікро- та макрорівнях банківської системи : монографія // Розвиток банківської системи в умовах трансформації економічного простору : кол. монографія / [Алієва С.С. та ін. ; за ред. Чепелюк Г. М., Пантелєєвої Н. М.] ; ДВНЗ «Ун-т банк. справи». – Черкаси : ДВНЗ «Ун-т банк. справи», 2016. – 413 с.
9. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=387385
10. Статистика. Наглядова статистика. Показники діяльності банків України / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/statistic>

References

1. Artemenko D. A. Mehanizm obespecheniya finansovoy bezopasnosti bankovskoy deyatelnosti : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. ekon. nauk : spec. 08.00.10 «Finansy, denezhnoe obrashenie, kredit» / D. A. Artemenko. – Rostov-na-Donu, 1999. – 190 s.
2. Baranovskyi O. Bezpeka bankivskoi sfery / O. Baranovskyi // Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy. – 2014. – № 6 – S. 20–27.
3. Holoborodko Yu. O. Teoretychni pidkhody do rozkryttia suti ta skladovykh finansovoi bezpeky bankivskykh ustanov / Yu. O. Holoborodko // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. – 2012. – Vyp. 22.12. – S. 194–198.
4. Dmytrov S. O. Shliakhy otsinky efektyvnosti finansovoho monitorynhu v banku / S. O. Dmytrov, M. Yu. Sokolova // Ekonomika ta derzhava. – 2011. – № 2 – S. 22–26.
5. Yevchenko O. A. Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy : zbirnyk naukovykh prats – 2009. – Vyp. 25. – S. 45–52.
6. Yepifanov A.O. Finansova bezpeka pidpriemstv i bankivskykh ustanov : monohrafiia / A.O. Yepifanov, O.L. Plastun, V.S. Dombrovskiy, Bolhar T.M. ta in. ; za zah. red. A.O. Yepifanova. – Sumy : UABS NBU, 2009. – 295 s.
7. Kravchuk N.Ia. Finansova bezpeka : navch.- metod. posibnyk / Kravchuk N.Ia., Kolisnyk O.Ia., Melykh O.Iu. – Ternopil : Vektor, 2010. – 277 s.
8. Kryklii O.A. Naukovo-metodychne zabezpechennia diahnostuvannia kryzy na mikro- ta makrorivniakh bankivskoi systemy : monohrafiia // Rozvytok bankivskoi systemy v umovakh transformatsii ekonomichnoho prostoru : kol. monohrafiia / [Aliieva S.S. ta in. ; za red. Chepeliuk H. M., Pantelieievoi N. M.] ; DVNZ «Un-t bank. spravy». – Cherkasy : DVNZ «Un-t bank. spravy», 2016. – 413 s.
9. Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsii shchodo rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy : Nakaz Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy vid 29.10.2013 № 1277 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=387385
10. Statystyka. Nahliadova statystyka. Pokaznyky diialnosti bankiv Ukrainy / Natsionalnyi bank Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://bank.gov.ua/statistic>

Надійшла / Paper received: 06.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 330.341

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-24

МЕЙШ А. В., МАТВІЙЧУК О. В.

Хмельницький національний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАХИСТУ

У статті проаналізовано та визначено основні загрози інформаційно-комунікативній системі підприємства та їх вплив на діяльність підприємства. Наведено чіткі заходи задля уникнення рейдерства та витоку інформації. Проаналізовані терміни: рейдерство, шахрайство, надана їх характеристика та варіанти зменшення їх на підприємстві.

Ключові слова: інформаційна безпека, рейдерство, інформаційні системи, шахрайство, захист інформації.

MEISH A., MATVIYCHUK O.

Khmelnitskyi National University

METHODOLOGY OF INFORMATION PROTECTION

As you know, the larger the business, the more difficult it becomes to control. In the beginning, its owner or director can keep everything under control, and with its development it becomes difficult for one person to organize all the processes. What aspects should be paid attention to, what past should be excluded, and what is new should be added to the enterprise, what accents should be placed in the control processes - we will reveal in this article.

Any business is a set of certain resources. These include those that have a material expression (real estate, equipment, corporate rights) and those that are expressed in intangible form (information about the activities of the enterprise, its trade secrets).

Qualitatively formed processes are the key to the success of any company.

The development of a modern economy based on the use of new technologies, the creation of new materials, the analysis of large data sets, the development of new management systems leads to a change the principles of competition. Competition has gone beyond traditional notions of competition in existing markets. That's why the purpose of this article is to convey to the head that if his company is promising, it has income, it is already at risk. Raiders have a number of policies, moves that will illegally or even legally leave the company without income. In this article, we have presented recommendations, a number of actions to modernize and move away from the established past, complexes and structures that the company should contain. In the article the problems concerning the directions of the state policy in the field of development of information security are investigated. Based on the analysis of scientific literature in the work it is noted that information security is a state of protection of the individual, society, state from information that is harmful or illegal, from information that has a negative impact on the consciousness of the individual, hinders the sustainable development of the individual, society and state. Thus, before the owner of the enterprise before its immediate opening (the best option) or during the operation of the enterprise there are a number of tasks to which he cannot be irresponsible.

Keywords: information security, raiding, information systems, fraud, information protection.

Постановка проблеми. Як відомо, чим масштабнішим стає бізнес, тим складніше стає його контролювати. На початку тримати все під контролем може його власник чи директор, а вже з його розвитком одній особі стає складно якісно організувати всі процеси. На які аспекти потрібно звернути увагу, яку минувшину потрібно виключити, а що новітнє потрібно додати на підприємстві, які акценти варто розставляти в процесах контролю – розкриємо у цій статті.

Будь-який бізнес являє собою сукупність певних ресурсів [17]. До них відносяться ті, що мають матеріальне вираження (нерухоме майно, обладнання, корпоративні права), так і ті, що виражені у нематеріальній формі (інформація щодо діяльності підприємства, її комерційні таємниці).

За якісно сформованими процесами лежить ключ до успіху будь-якої компанії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуалізація питань забезпечення інформаційної безпеки різних економічних суб'єктів, включаючи підприємства реального сектору національного господарства, здійснюється в наукових працях І. Арістової, Т. Альшанської, Г. Атаманова, І. Березовської, В. Василюк, О. Дзьобань, О. Додонова, О. Литвиненко, І. Новикової, Л. Фролової, Н. Ястремської та ін. Питанням розроблення і функціонування систем захисту інформації присвячено праці В.Л. Бурячка, В.Б. Дудикевича, М.П. Карпінського, О.С. Петрова, В.О. Хорошка.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою роботи є показ нагальності захисту інформації, а також зафіксовані чіткі дії та рекомендації, щоб кожне підприємство, яке розвивається, мало дохід, було в захисті, але для цього, безперечно, потрібно багато роботи.

Викладення основного матеріалу дослідження. XXI століття – це вже не про вартість нерухомого майна, яке належить підприємству, а про захист інформації, яка обробляється ним. Втрата певних відомостей може призвести до різних негативних наслідків. Від витоку клієнтської бази, яку недобросовісні конкуренти можуть використати на власний розсуд, до протиправного заволодіння майном підприємства (так званого, рейдерського захоплення).

Почнемо з того, що юридичного визначення термінів «рейдер» і «рейдерство» в Україні немає. Цікаво виходить: щодня в Україні відбувається захоплення бізнесу, а як його назвати в нас поки не «придумали». Тому, визначити, що таке «рейдерство», ми зможемо за аналогією з тим, що називають «рейдерством» за кордоном, а також трохи «занурившись» в історію. Англійське слово «raid» означає напад, набіг, наліт. При цьому на Заході цим словом називають як законне придбання компанії без згоди власника,

так і силове захоплення з метою зміни власника. У Європі та США поширений тільки перший тип рейдерства, дозволений, контрольований і регульований законом. Однак, якщо взяти Україну, то не завжди рейдери обирають перший спосіб захоплення, оскільки ліх 90-і вклали в підсвідомість зовсім інші правила.

Рейдерство у широкому сенсі – поглинання компанії проти волі її власників (які мають переважне положення на цьому підприємстві) та/або керівника [14, ст. 432]. На практиці (знову ж таки) США, рейдер – це сторона, що «атакує» під час злиття та/або поглинання.

На практиці це поглинання має досить жорсткий вигляд: з підроблянням документів, судових рішень, втручанням у роботу електронних реєстрів і цілою купою інших кримінально караних діянь. Тому компаніям доводиться захищатися, використовуючи для цього комплекс заходів. Можемо почати з того, що цей комплекс заходів – способи всім відомі, не мають нічого незвичного, проте мало хто їх використовує. Більшість думає, що їх компанія ніколи не потрапить до кола потенційних жертв. Якщо це питання торкнулось вас, або ще не торкнулось ці рекомендації в будь-якому випадку будуть корисними [10].

1. Структурування. Воно являється базовим принципом. Структурування – це процес юридичної та податкової оптимізації бізнесу шляхом ефективного поєднання переваг різних юрисдикцій в рамках однієї корпоративної структури, з метою підвищення рентабельності бізнесу та досягнення суміжних завдань. Потрібно розділяти, наприклад, активи в одному місці, господарську діяльність – в іншому. Причому потрібно, щоб компанії-власники не працювали прямо з контрагентами.

2. Корпоративна безпека. Жодна компанія не має нехтувати цим, адже рейдери шукають колишніх співробітників компаній, які можуть бути зацікавлені у співпраці. У компанії має бути набір посадових інструкцій, правил і наказів, при цьому їх треба виконувати.

3. Фізична охорона підприємства. Будь-який бізнес має бути захищений охоронною структурою (яка має відповідні дозволи), готовою зреагувати на інструкції менеджменту й надати фізичний захист активів.

4. Інформаційна безпека й сучасні ІТ-технології.

Даний перелік – мінімум, який має бути впроваджено в будь-якій компанії, що веде бізнес. Але не варто забувати, що ці заходи відомі й рейдерам, тому на кожний із пунктів є свої (законні/квазізаконні) контрзаходи. Також можна виділити ряд дій, які на перший погляд не є першочерговими, дієвими, але як свідчать джерела будуть ефективними [19, с. 30]:

1. Необхідно скасувати чи для початку обмежити використання печаток. Печатка – рудимент минулого. За ним полювали і полюють всі рейдери. Потрібно відмовлятися від застарілої звички, адже набагато зручніше, а головне безпечніше використовувати електронний підпис [1, с. 43].

2. Електронний підпис. Багато хто скаже, що це не утопія. Безумовно, є операції, які можна підтвердити лише паперовими документами встановленої форми. Але будь-яка фірма може мінімізувати їх рух і обмежити. Найнадійнішим буде апаратний ключ із підписом (тобто на флеш-носії). Лише особисто власник ключа або його довірена особа зможуть підписувати документи таким підписом, таким чином зловмисні дії будуть нівельовані. Також класифікація загроз інформаційній безпеці може бути здійснена поділом загроз на пов'язані із внутрішніми і зовнішніми факторами.

Окремо варто виділити загрози, пов'язані з навмисними помилками, що виникають за межами бізнесу.

До таких загроз відносять:

- несанкціонований доступ до інформації, що зберігається в системі;
- заперечення дій, пов'язаних із маніпулюванням інформацією (наприклад, несанкціонована модифікація, яка веде до порушення цілісності даних);
- введення в програмні продукти і проекти «логічних бомб», які спрацьовують за виконання певних умов або після закінчення певного періоду часу і частково або повністю виводять з ладу комп'ютерну систему;
- розроблення і поширення комп'ютерних вірусів;
- недбалість у розробленні, підтримці та експлуатації програмного забезпечення, що призводить до краху комп'ютерної системи;
- зміна комп'ютерної інформації і підробка електронних підписів;
- розкрадання інформації з подальшим маскуванням;
- перехоплення інформаційних потоків;
- заперечення дій або послуги;
- відмова в наданні послуги [6, с. 12].

Як відомо, структуризація – запорука успіху, тому кожна компанія повинна одразу виділяти ці віхи; і тоді безперервна, комплексна робота дасть результати.

Виділимо ці комплекси [5, с. 56].

1. «Попереджений, отже озброєний». Превентивні заходи відіграють істотну роль у системі контролю за обігом інформації на підприємстві. До таких заходів може бути віднесено:

- розробка політики конфіденційності, що повинна бути доведена до відома всіх працівників.
- підписання договорів про конфіденційність із чіткими вимогами щодо фіксування наслідків витоку інформації;
- використання ліцензованого програмного забезпечення для роботи із операційними завданнями бізнесу;
- формування практик зберігання операційних документів у «хмарних середовищах»;
- запровадження електронного документообігу.

2. Людські ресурси. Ця віха – одна з найголовніших, не потрібно цим нехтувати або ретельно підбирати лише керівні посади, важливо розуміти, що наслідки можуть бути дуже серйозні або й навіть фатальні. Корпоративне шахрайство, шпигунство за комерційною інформацією, надання допомоги зовнішнім зловмисникам для рейдерського захоплення бізнесу, булінг серед колективу працівників.

В Європі є частою практикою перевірки кандидатів на поліграфі, це вважають найбільш ефективним інструментом. Поліграфологічне дослідження – це спеціально організований і науково обґрунтований комплекс методів і прийомів їх застосування для отримання, порівняння й інтерпретації психофізіологічних реакцій особи у відповідь на стимули (подразники).

Поліграфні дослідження не підлягають ліцензуванню/патентуванню та не відносяться до медичної практики. Дані дослідження не передбачають отримання спеціальних дозволів та можуть проводитись в рамках звичайної підприємницької діяльності.

3. Нерухоме майно та інші активи, що підлягають реєстрації.

Не менш важливими активами компанії є нерухоме майно та корпоративні права [10]. Вони можуть складати основні виробничі потужності підприємства, а тому їх фактична та юридична втрата може призвести до зупинення діяльності бізнесу. Повертаємось до того ж самого рейдерства. Воно може бути як в фізичній формі, так і на юридичному рівні (через суд можна змінити розподіл часток у статутному капіталі та перереєструвати нерухоме майно). До цього може призвести відсутність належного обліку рухомого майна, не введення в експлуатацію нерухомого майна, недосконала система зберігання установчих документів та печаток компанії, існування практики проставлення підпису керівника замість нього іншими особами. Тепер розглянемо більш ширше поняття – шахрайство [4, с. 109]. Шахрайство – заволодіння чужим майном або придбання права на майно шляхом обману чи зловживання довірою. Шахрайство – кримінально каране діяння, відповідальність за яке в Україні передбачена Кримінальним кодексом України.

На підприємстві це явище досить небезпечне, оскільки спричиняє багато несприятливих наслідків.

До наслідків можемо віднести: шкоду діловій репутації/бренду; втрата прибутку. Крім того, якщо інформація про ненадійність системи безпеки компанії пошириться серед інших, компанії може бути відмовлено в доступі до публічних закупівель; до компанії можуть бути застосовані заходи кримінально-правового характеру. За наявності факту шахрайства компанія, безумовно, зазнає збитків матеріального характеру, які, на жаль, можуть бути фатальними.

Шахрайство можна поділити на кілька видів:

- 1) розтрата або розкрадання з боку найманого працівника;
- 2) шахрайство з боку співкерівників або менеджерів;
- 3) афери з інвестиціями;
- 4) шахрайство з боку постачальників;
- 5) шахрайство з боку замовника або клієнта.

Внутрішнє розслідування у цьому випадку сприятиме боротьбі з втратою коштів, забезпечить обізнаність із внутрішніми процесами й недоліками. Також будь-яке шахрайство залишає за собою юридичний слід, а від так, рано чи пізно, буде викрите (на податковій перевірці, в першу чергу). Це, безумовно, може нести за собою кримінальний характер. Розглянувши види шахрайства, повернемося, знову ж таки, до методів, які здатні запобігти цьому [12, ст.95].

Система відповідальності. Обов'язком керівника є запровадження чіткої політики компанії, яка б передбачала інформацію про відповідальність за порушення цієї політики.

Створивши ефективну систему відповідальності за порушення обов'язків щодо нерозголошення конфіденційної інформації, установивши порядок використання такої інформації, знаючи про відповідальність за порушення наведених порядків, співробітників компанії навряд чи захоче за чашкою кави розповідати своєму приятелю з органів правопорядку про таємниці вашої компанії.

Розділяй або як полюбують казати в Європі «Не тримайте всі яйця в одному кошику». Тут йде мова передусім про правостановлюючі документи. Їх необхідно мати в кількох примірниках і зберігати в різних місцях в різних джерелах.

Аналогічно з банківськими рахунками й персоналом. Завжди повинен бути альтернативний банк з альтернативним рахунком. Не можна допускати ситуації, у якій з'являється працівник, заміна якого неможлива або руйнівна для компанії. Як казав Сталін «У нас незамінних людей немає» – так має бути у будь-якій компанії, покладатися можна лише на себе, а з працівниками у вас ринкові відносини.

Стежте за усім. На ринку сьогодні чимало інструментів для постійного моніторингу низки реєстрів та інформаційних баз. Тільки встановлення одної програми може вас убезпечити від фатальних втрат.

Є так званий «маячок», який повідомляє про початок реєстраційних дій. Його функціонал доволі простий і ефективний – у разі намагань внести будь-які зміни до реєстру про це автоматично буде надіслано SMS-повідомлення на визначений номер телефону. Також є багато програм і мобільних застосунків для моніторингу різних баз даних, до того ж критерії моніторингу можуть бути різноманітними.

Цифрування якомога більшої кількості інформації. Ви колись бачили інформацію про успішне рейдерство IT-компанії? Спроби, безперечно, були, але завершилися вони невдачами. Справа в тому, що зараз хмарні технології вже не вважають мейнстрімом, їх ефективно застосовують і це допомагає захистити інформацію, в першу чергу, від фізичного рейдерства.

Збереження всіх даних на віддалених серверах і з достатнім рівнем шифрування є справді хорошим захистом вразливих місць компанії.

Висновки. Розвиток сучасної економіки, заснованої на використанні новітніх технологій, створенні нових матеріалів, аналізі великих масивів даних, розробці нових систем управління призводить до зміни принципів конкурентних відносин. Конкурентна боротьба вийшла за межу традиційних уявлень про суперництво на існуючих ринках. Тому перед кожним власником підприємства, перед його безпосереднім відкриттям стоїть ряд задач, до яких він не може невідповідально віднестись. На основних моментах зупинюсь ще раз. В кожній компанії має бути хороша служба безпеки та якісний юридичний супровід. А також кожний керівник ретельно підбирає персонал, особливо на стратегічно важливі посади, такі як бухгалтер, IT-директор, керівник служби безпеки (про метод поліграфу ми згадували вище).

Література

- Хитарова И. Ю. Духовная жизнь общества как объект информационной безопасности / И.Ю. Хитарова // Этносоциум и межнациональная культура. – 2008. – № 6. – С. 37–47.
- Конституція України : Основний Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. – URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 02.07.2019).
- Цимбалюк В. Окремі питання щодо визначення категорії «інформаційна безпека» у нормативно-правовому аспекті / В. Цимбалюк // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні : науково-технічний збірник. – К., 2004. – С. 30–33.
- Красноступ М. Д. Інформаційна безпека України: сутність та проблеми / М.Д. Красноступ // Інформаційні технології та захист інформації. – 1999. – № 1. – С. 108–110.
- Баранов А. А. Концептуальные вопросы информационной безопасности Украины / А.А. Баранов // Нормативно-правовая база защиты информации : сборник материалов. – К., 1997. – С. 53–58.
- Згуровський М. З. Проблеми інформаційної безпеки в Україні, шляхи їх вирішення / М.З. Згуровський // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні : науково-технічний збірник. – К., 2000. – С. 10–14.
- Вус М. А. Информационное общество. Информационное право. Информационная безопасность / М.А. Вус, Ю.М. Нестеров // Актуальные проблемы безопасности информационного пространства : материалы Всероссийской научно-практической конференции. СПб, 5-8 октября 1999 г. – СПб, 1999. – С. 19-20.
- Ліпкан В. А. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції : [навчальний посібник] / В.А. Ліпкан. – К. : КНТ, 2006. – 280 с.
- Данильян О. Г. Національна безпека України: структура та напрямки реалізації : [навчальний посібник] / Данильян О.Г., Дзьобань О.П., Панов М.І. – Х. : Фоліо, 2002. – 285 с.
- Петраков М. В. Об основных направлениях обеспечения информационной составляющей в системе национальной безопасности / М.В. Петраков // Материалы научной конференции «Концептуальные проблемы информационной безопасности в союзе России и Беларуси». – СПб, 2000. – URL : <http://jurfak.spb.ru/conference/2001.htm> (дата звернення: 02.07.2019)
- Основные понятия защиты информации и информационной безопасности. – URL : <http://ypn.ru/102/introduction-to-information-protection-and-information-security/> (дата звернення: 02.07.2019).
- Астахова Л. В. Сущность понятия «Культура информационной безопасности» и ее формирование у студентов вуза / Л. В. Астахова // Экономика. Информатика. Безопасность : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., 2007 / науч. ред. В. А. Киселева, Л. В. Астахова. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2007. – С. 93–99.
- Горбатюк О.М. Сучасний стан та проблеми інформаційної безпеки України на рубежі століть / О.М. Горбатюк // Вісник Київського університету імені Т. Шевченка. – 1999. – Вип. 14: Міжнародні відносини. – С. 46–48.
- Богуш В. Інформаційна безпека держави / В. Богуш, О. Юдін ; [гол. ред. Ю.О. Шпак]. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432 с.
- Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи / О.А. Сороківська, В.Л. Гевко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 2. – С. 32–35.
- Литвинов В.В. Моделювання та аналіз безпеки розподілених інформаційних систем : навч. пос. [для студ. спец. 121 «Інженерія програмного забезпечення»] / В.В. Литвинов, В.В. Казимир, І.В. Стеценко та ін. – Чернігів : Чернігів. нац. технол. ун-т, 2016. – 254 с.
- Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр. : закон України від 09.01.2007. – URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
- Про службу безпеки України : закон України від 25.03.1992. – URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2229-12>
- Суббот А. Інформаційна безпека суспільства / А. Суббот // Віче. – 2015. – № 8. – С. 29–31.
- Долженко К. І. Нормативно-правове регулювання інформаційної безпеки регіону / К. І. Долженко // Право і Безпека. – 2014. – № 3. – С. 43–48.

References

- Hitarova I. Yu. Duhovnaya zhizn obshestva kak obekt informacionnoj bezopasnosti / I.Yu. Hitarova // Etnosocium i mezhnacionalnaya kultura. – 2008. – № 6. – S. 37–47.
- Konstitutsiia Ukrainy : Osnovnyi Zakon Ukrainy vid 28.06.1996 № 254k/96-VR. – URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (data zvernennia: 02.07.2019).
- Tsybaliuk V. Okremi pytannia shchodo vyznachennia katehori «informatsiina bezpeka» u normatyvno-pravovomu aspekti / V. Tsybaliuk // Pravove, normatyvne ta metrolohichne zabezpechennia systemy zakhystu informatsii v Ukraini : naukovu-tekhnichnyi zbimyk. – K., 2004. – S. 30–33.
- Krasnostup M. D. Informatsiina bezpeka Ukrainy: sutnist ta problemy / M.D. Krasnostup // Informatsiini tehnolohii ta zakhyst informatsii. – 1999. – № 1. – S. 108–110.
- Baranov A. A. Konceptualnye voprosy informacionnoj bezopasnosti Ukrainy / A.A. Baranov // Normativno-pravovaya baza zashity informatsii : sbornik materialov. – K., 1997. – S. 53–58.
- Zghurovskiy M. Z. Problemy informatsiinoi bezpeky v Ukraini, shliakhy yikh vyrishennia / M.Z. Zghurovskiy // Pravove, normatyvne ta metrolohichne zabezpechennia systemy zakhystu informatsii v Ukraini : naukovu-tekhnichnyi zbimyk. – K., 2000. – S. 10–14.
- Vus M. A. Informacionnoe obshestvo. Informacionnoe pravo. Informacionnaya bezopasnost / M.A. Vus, Yu.M. Nesterov // Aktualnye problemy bezopasnosti informacionnogo prostranstva : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. SPb, 5-8 oktyabrya 1999 g. – SPb, 1999. – S. 19-20.
- Lipkan V. A. Informatsiina bezpeka Ukrainy v umovakh yevrointehratsii : [navchalnyi posibnyk] / V.A. Lipkan. – K. : KNT, 2006. – 280 s.
- Danylian O. H. Natsionalna bezpeka Ukrainy: struktura ta napriamky realizatsii : [navchalnyi posibnyk] / Danylian O.H., Dzoban O.P., Panov M.I. – Kh. : Folio, 2002. – 285 s.

- 10 Petrakov M. V. Ob osnovnyh napravleniyah obespecheniya informacionnoj sostavlyayushej v sisteme nacionalnoj bezopasnosti / M.V. Petrakov // Materialy nauchnoj konferencii «Konceptualnye problemy informacionnoj bezopasnosti v soyuze Rossii i Belarusi». – SPb, 2000. – URL : <http://jurfak.spb.ru/conference/2001.htm> (data zvernennya: 02.07.2019)
11. Osnovnye ponyatiya zashity informacii i informacionnoj bezopasnosti. – URL : <http://ypn.ru/102/introduction-to-information-protection-and-information-security/> (data zvernennya: 02.07.2019).
12. Astahova L. V. Sushnost ponyatiya «Kultura informacionnoj bezopasnosti» i ee formirovanie u studentov vuza / L.V. Astahova // Ekonomika. Informatika. Bezopasnost : sb. nauch. tr. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 2007 / nauch. red. V. A. Kiseleva, L. V. Astahova. – Chelyabinsk : Izd-vo YuUrGU, 2007. – S. 93–99.
13. Horbatiuk O.M. Suchasnyi stan ta problemy informatsiinoi bezpeky Ukrainy na rubezhi stolit / O.M. Horbatiuk // Visnyk Kyivskoho universytetu imeni T. Shevchenka. – 1999. – Vyp. 14: Mizhnarodni vidnosyny. – S. 46–48.
14. Bohush V. Informatsiina bezpeka derzhavy / V. Bohush, O. Yudin ; [hol. red. Yu.O. Shpak]. – K. : «MK-Pres», 2005. – 432 s.
15. Sorokivska O.A. Informatsiina bezpeka pidpriemstva: novi zahrozy ta perspektyvy / O.A. Sorokivska, V.L. Hevko // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2010. – № 2. – T. 2. – S. 32–35.
16. Lytvynov V.V. Modeliuvannya ta analiz bezpeky rozpodilenykh informatsiinykh system : navch. pos. [dlia stud. spets. 121 «Inzheneriia prohramnoho zabezpechennia»] / V.V. Lytvynov, V.V. Kazymyr, I.V. Stetsenko ta in. – Chernihiv : Chernihiv. nats. tekhnol. un-t, 2016. – 254 s.
17. Pro osnovni zasady rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini na 2007–2015 rr. : zakon Ukrainy vid 09.01.2007. – URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
18. Pro sluzhbu bezpeky Ukrainy : zakon Ukrainy vid 25.03.1992. – URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2229-12>
19. Subbot A. Informatsiina bezpeka suspilstva / A. Subbot // Viche. – 2015. – № 8. – S. 29–31.
20. Dolzhenko K. I. Normatyvno-pravove rehuliuвання informatsiinoi bezpeky rehionu / K. I. Dolzhenko // Pravo i Bezpeka. – 2014. – № 3. – S. 43–48.

Надійшла / Paper received: 17.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК: 338.246

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-25

МОРОЗ С. В.

Хмельницький національний університет

СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена аналізу впливу бідності на економічну безпеку України. Розкрито сутність категорії «бідність», наведено її характеристику, визначено її критерії, причини як в економічному, так і у соціальному аспекті. Проаналізовано макроекономічні наслідки впливу бідності в країні і з'ясовано, що це призводить до досить негативних процесів: скорочення обсягів споживання товарів та послуг; зниження рівня заощаджень домогосподарств, міграція громадян України до інших країн; замороження валового внутрішнього продукту на досить низькому рівні і обмеження джерел його росту. Зроблено висновок: допоки населення України буде бідніше за сусідів, існуватиме загроза її суверенітету та територіальній цілісності.

Ключові слова: бідність, абсолютна бідність, суб'єктивна бідність, об'єктивна бідність, заробітна плата, робоча сила, трудова міграція, валовий внутрішній продукт, заощадження, інвестиції, економічна безпека.

MOROZ S.

Khmelnitskyi National University

SOCIAL INEQUALITY AS A THREAT TO ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

The article is devoted to the analysis of the impact of poverty on the economic security of Ukraine. The essence of the category of poverty is revealed, its characteristics are given, its criteria and reasons in both economic and social aspect are defined. It has been found that poverty has become such a chronic phenomenon for Ukraine that it determines the way of life of the majority of the population and becomes a factor of polarization of society. The macroeconomic consequences of the impact of poverty in the country are analyzed and it is found that this leads to quite negative processes: reduction of consumption of goods and services, therefore, within the country, the volume of aggregate demand remains at a fairly low level and has a limited source of growth; reduction of household savings, so within the national economy decreases the amount of potential investment resources; provokes a low level of wages within the country, compared to neighbouring countries, which in turn provokes the migration of Ukrainian citizens to other countries; freezes the gross domestic product at a fairly low level and limits the sources of its growth. It is concluded that as long as population of Ukraine is poorer than its neighbours, there will be a threat to its sovereignty and territorial integrity. Thus, in terms of GDP per capita, Ukraine remains behind its nearest neighbours three times, and from developed countries - 5-7 times. Ukraine, which is the poorest country in Europe, needs economic growth of 7% per annum for at least 20 years to overcome poverty. It is possible by stimulating aggregate demand and exports of goods with a significant share of value added and most importantly the necessary financial resources - investments of at least 27-35% of GDP

Key words: poverty, absolute poverty, subjective poverty, objective poverty, wages, labor migration, gross domestic product, savings, investment, economic security.

Постановка проблеми. Характерною ознакою сучасного українського суспільства є суттєва нерівність доходів населення, яка істотно посилилася впродовж останніх років під впливом багатьох об'єктивних та суб'єктивних причин. Складна суспільно-політична ситуація в країні та трансформаційні процеси, які охопили усі сфери суспільного життя, призвели до загострення ряду соціальних проблем. Спостерігається високий рівень безробіття, падіння реальних доходів населення, зниження його купівельної спроможності, відбувається вплив висококваліфікованих кадрів за кордон, загострюються проблеми бідності та нерівності. Тому питання національної безпеки надзвичайно актуалізуються в цілому, в економічному та соціальному аспекті безпеки зокрема. Це зумовлено неоднозначним впливом процесів інтеграції і глобалізації на економічний розвиток суспільства. В умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів недосконалі реформи та трансформаційні зрушення, що здійснювалися в економіці України, обумовили виникнення такої великої проблеми як бідність населення.

Соціально-економічна безпека України є надзвичайно актуальною проблемою. Оскільки внаслідок економічного спаду відбувається майнове розшарування суспільства; збільшується питома вага населення, яке живе за межею бідності; відбувається зростання рівня безробіття; відбувається скорочення народжуваності й середньої тривалості життя; відбувається деформація демографічного та соціального складу суспільства.

Можливості людського розвитку в межах світової спільноти на даний час залишаються нерівними. У переважній більшості країн світу, практично в усіх країнах, що розвиваються, негативний вплив на розвиток людських можливостей і на розвиток самих країн в цілому спричиняють бідність і нерівність. Важливим аспектом дослідження є нерівність людських можливостей, яка заснована на соціально-економічній нерівності, а також на таких ознаках, як стать, громадянство, етнічна приналежність, які людина майже не в змозі корегувати. Найгіршим є те, що бідність і нерівність трансформуються в низький рівень розвитку людських можливостей і людського потенціалу, а це, в свою чергу, знов відтворює бідність і соціально-економічну нерівність. Таким чином створюється зачароване коло, яке дуже важко розірвати.

Бідність набуває проблема самозбереження самих суверенних держав, їх економічного та соціального розвитку. Це зумовлює виняткову увагу до проблеми економічної безпеки, країн, що розвиваються, яка поєднує питання стійкості і стабільності національної економіки, її здатності до саморозвитку і прогресу із соціальними пріоритетами та національними інтересами держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми поширення бідності, пошук шляхів її зменшення та подолання досліджувалися і будуть надалі викликати жвавий інтерес як у вітчизняної, так і світової наукової спільноти через свою актуальність та неможливість абсолютного вирішення в найближчій перспективі. Серед вітчизняних учених, які вивчали ці питання, відзначимо В.П. Антонюк, І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колота, Е.М. Лібанову, В.О. Мандибуру, О.Ф. Новікову, Г.Д. Тарасенко, Л.М. Черенко та інших. Проте, в існуючих наукових доробках недостатньо широко висвітлюються аспекти впливу соціальних факторів на безпечний суспільний розвиток і економічну безпеку держави, також досить обмежене дослідження теорії та методології подолання бідності в Україні.

Мета статті – дослідити сутність та причини бідності, визначити наслідки бідності та з'ясувати їх вплив на економічну безпеку України.

Результати дослідження. Соціально-економічна нерівність неминує призводити до нерівності життєвих можливостей людей і можливостей розвитку зокрема. Великі відмінності життєвих можливостей, які засновані на багатстві, є несправедливими за своєю природою, негативно впливають на розвиток людини і країни в цілому. В сучасному світі найважливішими обставинами, які визначають можливості людини жити здоровим і продуктивним життям є, по-перше, країна, в якій вона народилася, і, по-друге, соціально-економічне становище її сім'ї.

На початок ХХ століття відмінності між країнами були відносно незначними, але наприкінці ХХ ст. саме вони стали основним визначним фактором сукупної нерівності. Якщо в світі в цілому протягом останніх 20 років спостерігається невелике покращення в сфері розподілу доходів, то при більш детальному аналізі ситуація виглядає не так позитивно. По-перше, зменшення сукупного рівня нерівності у світі відбулося в значній мірі завдяки швидкому економічному зростанню Китаю і Індії. Причому і в цих країнах зменшення кількості населення, що проживає в абсолютній бідності відбулося за рахунок зменшення доходу представників середнього класу. По-друге, розрив у рівнях доходу між багатими і бідними країнами збільшився за останні десятиліття, а частка доходу, який отримують 10% найбагатшого населення світу, зросла з 51,6 до 53,4 % [1].

В межах країни проблема нерівності умов людського розвитку існує в розрізі багатих та бідних верств населення. Взаємозалежність і постійність нерівності призводить до того, що у деяких груп населення незмінно виявляється менше можливостей: економічних, соціальних і політичних, ніж у їх співвітчизників.

У форматі концепції людського розвитку бідність розглядається як багатоаспектне явище, сутність якого характеризують не тільки низькі доходи населення, а й ціла низка інших факторів. Розвиток індивіда полягає в одержанні можливостей вести здорове, гідне, творче і якісне життя, то бідність – це відсутність таких можливостей та свободи вибору.

Економічна теорія визначає бідність як неможливість підтримувати спосіб життя, притаманний конкретному суспільству в конкретний період часу [2, с. 73].

До основних показників масштабів бідності відносять межу, рівень і глибину бідності. Межа бідності – це рівень доходів у середньому на члена родини, нижче від якого задовольнити основні потреби неможливо, або це частка прожиткового мінімуму на одну особу в розрахунку на місяць [3, с.44]. Ця межа визначає сім'ї, які належать до категорії бідних.

Найсуперечливішим в теорії бідності є поділ на абсолютну та відносну бідність. Абсолютна бідність визначається порівнянням загального доходу особи чи сім'ї із загальною вартістю споживчого кошика, який відображає базові потреби у суспільстві [3, с. 45]. Особи, чий дохід менший від базових потреб, живуть в абсолютній бідності. Однак у розвинених країнах, де практично ніхто не відчуває проблем із харчуванням, критерій «абсолютна бідність» не працює. Тоді з'являється поняття «відносна бідність». Відносна бідність залежить від рівня розвитку конкретної країни [3, с. 45]. Тобто відносно даної країни. Імовірно, «відносні бідняки» – це люди, котрі одержують на місяць удвічі менше від прийнятого в суспільстві середнього рівня доходів [4, с. 306].

Сучасна економічна теорія розрізняє не лише абсолютну і відносну, але й об'єктивну та суб'єктивну бідність. Об'єктивна бідність визначається за прийнятими в країні критеріями доходу та можливістю досягнення матеріальних і духовних благ. Світовий банк розділяє країни за рівнем доходу. Для найбідніших країн встановлює планку близько 2 доларів на день. Якщо людина витрачає менше такої суми, вона дуже бідна. Для країн зі статками нижче середнього цей показник – близько 3 доларів. Для більш розвинених держав – близько 5,5 доларів на людину в день. Україну відносить до розряду країн, де бідною вважають людину, яка живе на менш ніж 5,5 доларів в день (близько 150 гривень).

Бідність за стандартами кожної конкретної країни існує в усіх державах і суттєво не залежить від загального рівня добробуту населення.

В Україні при оцінці використовують також показник – фактичного прожиткового мінімуму, за яким держава розраховує соціальну допомогу, фактичний розмір прожиткового мінімуму у 2020 році становить 4466,23 грн [5].

Бідність в Україні та бідність в країнах Центральної Європи – це дві різні бідності. Так, для країн Центральної Європи бідність визначається критерієм у 17 дол. США в день або відсутність трьох з наведених позицій: відсутність мобільного телефону; кольорового телевізора; пральної машини; автомобіля; нездатність підтримати належну температуру в житлі; нездатність сплатити щорічну відпустку на тиждень далеко від дому; мати можливість дозволити собі непередбачувані але потрібні витрати; грошей в повній мірі вистачає на оплату орендних / іпотечних та комунальних платежів.

В Україні до категорії бідних потрапили такі вразливі верстви населення, які у розвинутих країнах є основою середнього класу та рушійною силою інноваційного розвитку. До категорії бідних у результаті скорочення робочих місць, низької заробітної плати та заборгованості, низького пенсійного забезпечення, потрапило чимало представників колишнього середнього класу країни. Сюди ж увійшли працівники престижних професій: викладацький персонал вузів, професійні медики, науковці, вчителі. Погодимося із думкою Е. Лібанової, що існує бідність «сильних» та «слабких»: бідність «слабких» – це бідність непрацевдатних або частково непрацевдатних осіб, осіб з особливими потребами. Така бідність має соціальне забарвлення, вона обумовлена демографічними особливостями окремих категорій населення [2, с. 77].

Особи, яких вважають бідними у країнах Європейського Союзу, ті хто одержує там державну підтримку, вважатимуться заможними у країнах, що розвиваються.

Суб'єктивна бідність визначається тим чи вважають люди самі себе бідними. За цим показником Україна – дуже злиденна країна, 60 % людей вважають себе такими. Понад 80 % населення вважає, що держава повинна їм допомагати. Тобто держава, а не сам громадянин має покращувати своє життя. Не можна сказати, що держава нічого не робить у боротьбі з бідністю. Вона використовує такі інструменти захисту від бідності як пільги, субсидії, підняття рівня мінімальної зарплати. Однак наслідками такого захисту є втрата економічних стимулів для активної частини населення. Оскільки держава по суті не лише підтримує, а й стимулює бідність.

Для сучасної України бідність стала настільки хронічним явищем, що воно визначає спосіб життя значної частини населення, стає фактором поляризації суспільства. Внаслідок чого відбувається його поділ на дуже заможних і дуже бідних із зменшенням частки середнього прошарку суспільства. За результатами досліджень співвідношення доходів найбільш багатих українців до найбідніших складає 30:1, таке співвідношення в Китаї – 7:1, в Японії – 4,3:1, в країнах ЄС – 5,7:1 [1]. Необхідно звернути увагу на те, що економічна теорія визначає різноманітні причини бідності – від неефективності соціального захисту до загальної несправедливості економічної та соціальної систем. Серед основних причин бідності як соціально-економічного явища розмежовують економічний та соціальний аспекти.

Економічний аспект: значне майнове розшарування населення; низький рівень продуктивності праці; відсутні високотехнологічних, ефективних підприємств; низький рівень доданої вартості в продукції; відсутня мотивація, низький рівень заробітної плати для інтенсивної та ефективної роботи.

Соціальний аспект: обережне ставлення до ризику і прийняття рішень; низький рівень довіри; невміння планувати і заощаджувати; невміння інвестувати; зневіра у власних силах; завищені надії на допомогу ззовні.

Проблема бідності, визначена головною суперечністю між працею і капіталом, породили цілу низку економічних проблем:

1. Наявність бідності в країні знижує вартість робочої сили, відтак національний ринок праці характеризується низьким рівнем заробітної плати.

Середня заробітна плата у серпні 2020 р. порівняно із червнем знизилася на 3,0 % до 11446 грн. В перерахунку в євро відбулося падіння середньої заробітної плати з 404 євро у лютому 2020 р. до 352 євро.

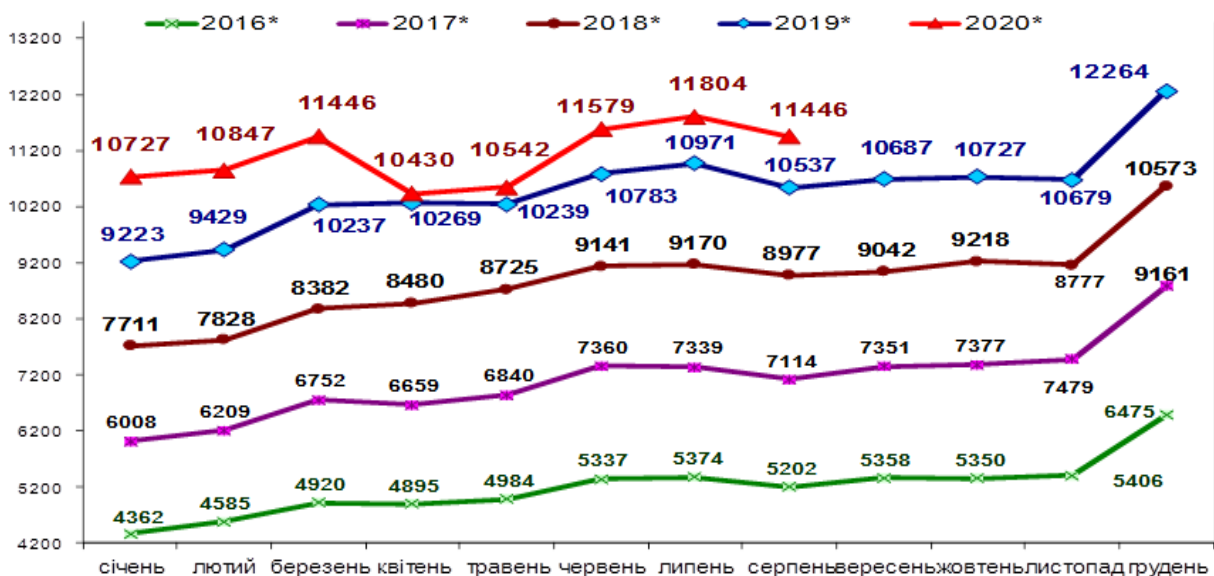


Рис. 1. Динаміка середньої заробітної плати 2016–2020 рр. [5]

Співвідношення *мінімальної заробітної плати до середньої* склало 41,3 %, при рекомендованому Міжнародною організацією праці і Світовим банком співвідношенні на рівні 50–60 %.

Таблиця 1

Середня заробітна плата в Україні у 2020 р. [5]

Звітний місяць	Середня заробітна плата, грн						
	Україна	промисловість	сільське, лісове та рибне господарство	освіта	охорона здоров'я та соціодопомога	maximum/ область	minimum/ область
Серпень 2020 року	11446	12911	9552	8218	8490	16795 (м. Київ) 12660 (Донецька)	8996 (Чернівецька)
+/- (грн) до попереднього місяця	-358	-232	-926	-1110	-70	-258 (м. Київ) -411 (Донецька)	-326 (Чернівецька)
у % до попереднього місяця	97,0	98,2	91,2	88,1	99,2	98,5 (м. Київ) 96,9 (Донецька)	96,5 (Чернівецька)
у % до відповідного періоду попереднього року	108,6	107,2	108,6	111,8	120,1	107,0 (м. Київ) 106,1 (Донецька)	112,2 (Чернівецька)

За більшістю видів економічної та промислової діяльності протягом серпня 2020 року *відбулося незначне падіння середньої заробітної плати, але в цілому вона залишається на 5,5 %* вищою ніж у лютому 2020 року. Найбільшими темпами – на 7 % – у серпні 2020 року зросла заробітна плата у сфері тимчасового розміщування й організації харчування, проте вона залишається на рівні 84 % відносно лютого 2020 року та є найнижчою (6224 грн) порівняно з іншими сферами діяльності.

Заробітна плата працівників бюджетної сфери відстає від середньої, зокрема в галузі охорони здоров'я та надання соціальної допомоги вона складає 8490 грн або 74,2 % від середньої по економіці, в освіті – 8218 грн або 71,8 % від середньої по економіці. За регіональною ознакою відбулося падіння заробітної плати в усіх регіонах, найбільшою середня зарплата є в Донецькій області 12660 грн та Києві 6795 грн, найнижчою – у Чернівецькій області 8996 грн. Індекс реальної заробітної плати у серпні 2020 року порівняно із липнем 2020 року становив 97,2 %, а відносно серпня 2019 року – 106,0 %. За результатами аналізу офіційної статистики *у серпні 2020 р. фонд оплати праці в Україні знизився на 3,4 %* відносно попереднього місяця та залишається вищим відносно лютого 2020 р. лише на 2,3 %.

Таблиця 2

Фонд оплати праці штатних працівників лютий-серпень 2020 року [5]

Вид діяльності	Лютий	Березень	Квітень		Липень	Серпень		
	млн грн	млн грн	млн грн	% до березня	млн грн	% до липня	% до лютого	
Усього	83391,6	87457,6	78723,1	90,0	88297,3	85330,7	96,6	102,3

Найбільше падіння зазначеного показника протягом серпня відбулося у сфері: освіта – на 13 %; сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство – на 9,3 %.

Найбільшими темпами – на 12,8 % – збільшився фонд оплати праці у сфері тимчасового розміщування й організації харчування, але відносно лютого 2020 року він відстає на 31,4 %.

На 0,6 % протягом серпня 2020 року зросла заборгованість з виплати заробітної плати та станом на 1 вересня 2020 року склала 3421,4 млн грн, 116,1 тисячам працівників економічно активних підприємств заборговано 2198,8 млн грн, в тому числі 776,2 млн грн – борги державних підприємств.

Працівникам промисловості не виплачено 2527,9 млн грн або 73,9 % від загальної суми заборгованості. Найбільшими темпами у серпні 2020 року зросла заборгованість з виплати заробітної плати за наступними видами економічної діяльності: охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – на 22,5 %; тимчасове розміщування й організація харчування – на 26,4 %.

2. Низький рівень доходів населення різко знижує рівень його споживчих витрат, практично 70–80 % сімейних витрат йде на харчування та сплату комунальних платежів.

Одне з центральних місць у системі оцінки матеріального добробуту населення займають показники доходів і витрат. Саме доходи характеризують економічний статус особи чи домогосподарства. Доходи перестали відображати реальний рівень добробуту населення, що викликало потребу вивчати їх тільки в тісному зв'язку з показниками витрат. Заробітна плата є основним джерелом доходу і визначальним фактором матеріального добробуту населення (таблиця 3).

Доходи населення України у 2019 році склали 3699,3 млрд грн, а заощадження зменшилися на 116,2 млрд грн. Шляхом співставлення доходів населення з загальною кількістю громадян, відзначимо, що у розрахунку на одну особу в рік він становив 67528 грн. Структура доходів домогосподарств на кінець 2019 р. становила: заробітна плата – 47,4 %; соціальна допомога та одержані поточні трансферти – 31,7 %; прибуток та змішаний дохід – 18,3 %.

Необхідно зазначити, що суттєве зростання мінімальної заробітної плати відбулося у 2017 році – з 1600 грн до 3200 грн. У 2018 році мінімальна заробітна плата складала 3723 грн, а у 2019 році – 4173 грн, у 2020 році її розмір зріс до 4723 грн.

Середня номінальна заробітна плата в Україні у березні 2020 року становила 11446 грн, що у 2,4 рази вище рівня мінімальної заробітної плати. У порівнянні із лютим 2020 року розмір середньої номінальної заробітної плати збільшився на 5,5 %, а за останні 12 місяців – на 11,8 %.

В Україні відбувається зростання мінімальної та середньої заробітної плати, що сприяє зростанню загальних доходів домогосподарств України.

Таблиця 3

Доходи та витрати населення у I–IV кварталах 2019 року, (млн грн.) [6]

Показник	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	Рік
Доходи всього	814768	907970	963237	1013371	3699346
Заробітна плата	401945	440702	449031	461659	1753337
Прибуток та змішаний дохід	121813	143321	217903	195238	678275
Доходи від власності (одержані)	15668	15816	24383	38614	94481
Соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	275342	308131	271920	317860	1173253
Витрати та заощадження всього	814768	907970	963237	1013371	3699346
Придбання товарів та послуг	770930	828636	854527	952109	3406202
Доходи від власності (сплачені)	9140	9784	10420	9929	39273
Поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти	81406	91450	96238	100942	370036
Нагромадження нефінансових активів	-10159	-11666	9069	-8392	-21148
Приріст фінансових активів	-36549	-10234	-7017	-41217	-95017
з них:					
приріст грошових вкладів та заощаджень у цінних паперах	-9675	28621	1660	46846	67452
заощадження в іноземній валюті	6901	12653	16611	17001	53166
позики, одержані за виключенням погашених	7534	2850	6117	7834	24335
Наявний дохід	614817	687839	764994	770406	2838056
Заощадження (приріст)	-46708	-21900	2052	-49609	-11616
Наявний дохід на одну особу, грн	14598	16345	18190	18331	67528

Дані таблиці 3 вказують на те, що домогосподарства більшість своїх доходів використовують на споживання. Причиною цього є низький рівень доходів домогосподарств та високий рівень цін на продукти харчування та послуги. В структурі споживчих витрат домогосподарств: близько 50 % припадає на продовольчі товари, що є високим показником і свідчить про низький рівень життя; 31 % витрат домогосподарств України припадає на непродовольчі товари; 14 % витрат – на оплату послуг; 10 % витрат – на здійснення інших витрат та заощадження. На жаль, на одні з найважливіших для розвитку статей, зокрема освіти, науки, охорони здоров'я, українці виділяють менше 3 % загальних доходів.

Приріст фінансових, нефінансових активів є від'ємним, що свідчить про скорочення фінансових ресурсів домогосподарств. Станом на 01.02.2020 р. вклади фізичних осіб становили 487,3 млрд грн. На кінець 2019 року їх показник склав 474,4 млрд грн. Таким чином, витрати на заощадження для певних категорій населення стають недосяжними.

3. Низький рівень доходів громадян призводить до зниження рівня заощаджень а відтак і інвестицій в національну економіку. Фінанси домогосподарств набувають статусу інвестиційних ресурсів у разі прийняття рішення щодо вкладення власних заощаджень в об'єкти будь-якої діяльності, зокрема підприємницької, задля збільшення їх вартості.

Заощадження є одним з факторів формування фінансової стійкості та безпеки домогосподарств, проте можуть виступати джерелом додаткових доходів в разі перетворення їх на інвестиційні ресурси. Проблему у формуванні заощаджень домогосподарствами можна охарактеризувати, використовуючи такий показник як коефіцієнт концентрації доходів (Коефіцієнт Джині). Доходи 10 % найбагатших та найбідніших українців із врахуванням тіньової діяльності, розрізняються в 40 разів [4]. Саме нерівномірний розподіл доходів у країні відіграє ключову роль у недостатній кількості заощаджень. Більшість українців не мають можливості відкласти певні суми коштів на зберігання, банально через відсутність вільних активів.

Динаміка заощаджень домогосподарств України має позитивну тенденцію, проте рівень заощадження є низьким, який не дозволяє формувати належний обсяг потенційних інвестиційних ресурсів.

Тимчасово вільні кошти домогосподарств можуть бути представлені організованими та неорганізованими заощадженнями. Організовані заощадження населення мобілізуються та розміщуються банківською системою або небанківськими фінансово-кредитними установами. В Україні поки найдоступнішою формою організованих заощаджень населення є банківські депозити, проте поступово отримують розвиток недержавні пенсійні фонди, страхові заощадження, трастові та інвестиційні фонди. Неорганізовані заощадження формуються домогосподарствами та найчастіше зберігаються у населення в готівковій формі (в національній та іноземній валютах), коштовностях, дорогоцінних металах, дорогих товарах тривалого користування тощо (див. табл. 4).

Абсолютно більша частина заощаджень на шляху до інвестиційного використання проходить складний процес трансформації через механізм фінансового ринку. Звідси й основне їхнє призначення – забезпечення ресурсами фінансового ринку. Втім, головне призначення фінансового ринку – в об'єднанні дрібних заощаджень з метою формування потужного фінансового капіталу для відновлення економічного та

соціального потенціалу суспільства. Сукупний ефект заощаджень визначає темпи економічного зростання, обсяги випуску продукції, рівень інновацій, економічну могутність країни, добробут її населення. Проблеми змісту заощаджень завжди були в центрі уваги науковців економічної науки.

Таблиця 4

Обсяги заощаджень домогосподарств [6]

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку, млн грн	93790,38	122360,42	147916,74	177544,63
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку, млн грн	85997,06	106988,19	124088,11	143282,50
Сукупні заощадження в середньому за місяць, млн грн	7793,31	15372,23	23828,63	34262,14
Кількість домогосподарств, тис. од.	15033,40	14985,60	14934,90	14881,70
Заощадження домогосподарств, грн	518,40	1025,80	1595,50	2302,30

В сучасних умовах зростання заощаджень населення набуває надзвичайно важливого значення – економічного, фінансового, соціального, політичного. Незначні обсяги заощаджень та низькі темпи їх нарощення гальмують соціально-економічний розвиток країни.

4. Низький рівень заробітної плати спонукає активну частину населення до еміграції з метою пошуків більших заробітків.

Міграційний відтік населення є безпосередньою реакцією на низький рівень і якість життя. На тимчасові роботи з України за різними експертними оцінками виїхало за кордон від 5 до 7 млн осіб [7]. Як правило, це люди працездатного віку. Особливо це стосується Тернопільської, Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської, Чернівецької областей. Втрата кваліфікованої робочої сили знижує рівень соціальної напруженості в Україні, тому що повернення цих трудових мігрантів на Батьківщину призвело б до дуже різкого підвищення рівня безробіття. Крім того, третина наших співгромадян готова залишити Україну в пошуках кращої долі, що може призвести до захоплення внутрішнього ринку транснаціональними компаніями і знищення вітчизняного виробника. Одним з проявів бідності в країні є вплив інтелекту докторів і кандидатів наук. Такої масової втечі «мізків». Усе це негативно позначається на якості науково-теоретичного поповнення, перспективах відомих у світі наукових шкіл. У результаті Україна практично випала зі світового науково-технічного прогресу, безповоротно втрачені сучасні високотехнологічні галузі виробництва, стрімко руйнується створений за радянських часів потенціал, країна стала постачальником сировини, споживачем низькопробної продукції і дешевої робочої сили.

Статистика трудової міграції є досить неточна, оскільки відсутні дані щодо неофіційного працевлаштування, навіть НБУ керується даними не офіційно працюючого населення, а обсягами грошових переказів, які у 2019 році склали 11,9 млрд дол. Тому ми наводимо офіційну статистику щодо виданих дозволів перебування громадян в країнах ЄС. 666 тис. дозволів видано в 2008 р., у 2018 р. таких дозволів було уже 1184 тис. [8].

5. Низький рівень сукупного попиту, за низького рівня інвестицій та скорочення чисельності трудових ресурсів спричиняють незначний ріст ВВП, що спричиняє потребу в ресурсах та джерелах для його стимулювання. Номінальний ВВП України за останні 5 років в гривневому виразі зріс в 2 рази, якщо порівнювати в доларах США то ми навіть не досягнули рівня 2013 року. Порівняно з країнами сусідами в Україні найнижче значення ВВП на душу населення 3424 дол. США.

Структура ВВП характеризується зростанням частки валового споживання з 86,7 % у 2015 р. до 95,2 % у 2019 р. та відповідно скороченням частки валового нагромадження до 12,6 %. Негативним є також перевищення імпорту над експортом протягом 2015–2019 рр., що негативно впливає на структуру ВВП.

Очевидно, що до тих пір поки населення України буде бідніше за сусідів існуватиме загроза її суверенітету та територіальній цілісності. Так, за показником ВВП на душу населення Україна відстає від найближчих сусідів втричі, а від розвинених країн – у 5–7 разів. Україна відноситься до групи країн з найнижчим показником у 3424 доларів США.

Про макроекономічну ефективність функціонування нашої держави може свідчити той факт, що фіскальний мультиплікатор у нас, за підрахунками МВФ, менший за одиницю, а це означає, що вкладення одиниці грошового ресурсу в економіку зумовлює зростання ВВП менше, ніж на одиницю [10, с. 166]. За такого значення мультиплікатора інвестиційні зусилля бізнесу приречені на дуже скромну віддачу.

Таблиця 5

Структура ВВП України за кінцевим використанням [9]

Рік	Номінальний ВВП	Споживчі витрати	% ВВП	Валове нагромадження	% ВВП	Експорт товарів та послуг	% ВВП	Імпорт товарів та послуг	% ВВП
2015	1979458	1715636	86,7	303297	15,3	1044541	52,8	-1084016	-54,8
2016	2383182	2018854	84,7	512830	21,5	1174625	49,3	-1323127	-55,5
2017	2982920	2552525	85,6	618914	20,7	1430230	47,9	-1618749	-54,3
2018	3558706	3196756	89,8	667953	18,8	1608890	45,2	-1914893	-53,8
2019	3974564	3785133	95,2	500614	12,6	1636416	41,2	-1947599	-49

Україні, яка є найбіднішою країною в Європі, для подолання бідності необхідне економічне зростання від 5 % річних протягом не менше 20 років. Прогноз щодо зростання ВВП України на 3–3,5 %

свідчить про те, що наша країна ніколи не зможе наздогнати основний пелетон не те що розвинутих, а країн, що розвиваються.

Норвезький економіст Ерік Райнерт у своїй книзі «Як багаті країни стали багатими, і чому бідні країни залишаються бідними» переконливо показав, що так зване порочне коло бідності, або онтологічне коло зла, прирікає деякі країни з колосальними стартовими можливостями на постійне осідання за «кільцями бідності» на дно життєвого колодезя. Основна причина: орієнтація на моновиробництво з спадною віддачею і неправильне застосування теорії порівняльних переваг. Дана теорія була сформульована ще в XIX ст. англійським економістом Давидом Рікардо і говорить про те, що торгівля вигідна не тільки у випадку її базування на абсолютних перевагах, але і на використанні відносних.

В цьому форматі, оцінка Національним банком перспектив зростання вітчизняної економіки дійсно є якісним «розтином» пацієнта і його висновок про те, що «пацієнт» помер від розтину, цілком об'єктивний. Так, зверх динамічних циклів глобальної ділової активності, з галопуючим зростанням цін на всі базові ресурси вже не буде. Епоха, що почалася з початку нульових і завершилася в 2008 р., вже ніколи не повториться. В такому випадку, раз сировина найближчим часом істотно рости не буде, сировинна модель економічного розвитку, що застосовується нині в Україні, не зможе забезпечити необхідну динаміку розвитку на рівні 5 %+. Він можливий за рахунок стимулювання сукупного попиту, та експорту товарів із значною часткою доданої вартості а головне для цього необхідні фінансові ресурси – інвестиції обсягом хоча б 27–35 % від ВВП. Проте в 2017 році в Україні величина валових заощаджень була одна з найбільших і становили всього 13 % до ВВП. Наприклад, для Китаю, який так бурхливо розвивався за останні 30 років, норма заощаджень становила 40 % від доходів громадян. Крім того, в Китай йшли величезні потоки іноземних інвестицій. Для України надій на західні інвестиції в доступному майбутньому немає, але необхідні за підрахунками 130–150 млрд дол. інвестицій, щоб модернізувати свою економіку і зробити її хоч трохи конкурентною.

Згідно доповідь ООН з глобальних інвестицій, за останні 10 років у 101 країні світу, що формує 90 % світового ВВП, розвиток здійснюється в парадигмі національної промислової політики, наявність якої є найважливішим фактором залучення інвестицій. Довгострокова промислова політика дає інвесторам індикатори, які дають змогу прийняти правильні інвестиційні рішення.

Ключові цілі інвестиційно-промислової політики – це стійке економічне зростання, засноване на закритих, ендегенних моделях внутрішнього розвитку, а також інновації, творча економіка знань, інвестиції в нові галузі, актуальні в умовах нової науково-промислової революції. При цьому близько 40 % глобальних інвестицій мають вертикальний характер (спрямовуються на розвиток наявних галузей), 35 % – горизонтальний (спрямовані на збільшення продуктивності праці) і 25 % – в нові галузі згідно ранжиру науково-промислової революції.

Україна ж розвивається без національної промислової політики, з очікуваною відсутністю інвестиційної стратегії і самих інвестицій. Немає ні вертикальних, ні горизонтальних прямих інвестицій. Єдиний напрямку, куди в Україні ще вкладаються інвестиції, – це логістика, що обслуговує вивезення сировини за кордон. У цій моделі потрібні лише торговельні «укріплені» форпости для вивезення «горіхів, меду, зерна і металу» і швидкі транспортні коридори. Тому стосовно України виникає капкан бідності, який виглядає наступним чином: раз у нас сприятливі умови для сільського господарства, то у нас є абсолютні переваги в цій галузі порівняно з іншими країнами, тому ми будемо концентруватися на виробництві кукурудзи, зерна і соняшникової олії, тобто сировинних монотоварах зі спадною віддачею. Але на відміну від товарів з високим рівнем доданої вартості, на випуску продукції сільського господарства не можна отримати ефект від масштабу. Так, при виробництві легкових автомобілів збільшення обсягів виробництва призведе до зменшення витрат, а в аграрному секторі і видобутку корисних копалин навпаки: кожна додаткова тонна пшениці або нова тонна видобутої руди вимагає все нових витрат: родючі ґрунти вичерпуються, запаси виснажуються. В результаті ми отримали економіку, в якій розвивалися лише ті галузі, які або мали абсолютні переваги на світовому ринку, або спиралися на виробництво аграрних монотоварів і сировини з низькою величиною доданої вартості. Галузі із зростаючою віддачею, які могли базуватися на використанні відносних переваг, наприклад, переробка, виробництво товарів народного споживання, машинобудування і так далі, практично не розвивалися. Зростання ВВП на 2–3 % не усуває проблему бідності, а консервує її на невизначений час. Крім того, низькі темпи збільшення ВВП – це непряма мотивація нових хвиль трудової міграції.

Висновки та пропозиції. Попри новітні виклики, що генеруються сучасними економічними тенденціями, проблема бідності населення була й нині цілком слушно вважається значущою внутрішньою загрозою національній безпеці країни. Вирішення проблеми бідності в Україні потребує удосконалення системи науково-обґрунтованих заходів, які повинні враховувати специфіку, особливості формування та поширення бідності, причини її виникнення. Стратегічно соціально-економічний розвиток суспільства неможливий без зменшення масштабів бідності, зростання матеріального багатства, і відповідно створення достатніх умов для розвитку людського капіталу. Подальше зволікання з вирішенням проблеми бідності призведе до загострення соціальної, економічної та політичної ситуації в країні. Тому лише виявлення всієї повноти зв'язків та впливу бідності на економічну безпеку дозволить приймати правильні управлінські рішення щодо укріплення безпеки держави. Бідність впливає на економічну безпеку через формування ряду економічних проблем:

- скорочення обсягів споживання товарів та послуг, відтак в межах країни обсяг сукупного попиту залишається на досить низькому рівні і має обмежені джерела до зростання;
- зниження рівня заощаджень домогосподарств, відтак в межах національної економіки зменшується величина потенційних інвестиційних ресурсів;
- провокує в межах країни низький рівень заробітних плат, порівняно із країнами сусідами, що провокує, в свою чергу, міграцію громадян України до інших країн;
- заморожує валовий внутрішній продукт на досить низькому рівні і обмежує джерела його росту.

Для вирішення даних проблем вважаємо за доцільне передбачити: активізацію базового рівня соціально-економічного розвитку та припинення деіндустріалізації економіки країни як основного чинника подолання бідності та підвищення якості життя населення; збереження економічно активного населення, тому що якщо Україна залишиться країною з населенням лише пенсійного віку, вирватися з пастки бідності буде неможливо; осмислення напряму подальшого розвитку економіки та визначення поетапних кроків його реалізації, залучення іноземних та внутрішніх приватних інвестицій як одного з найважливіших джерела зростання ВВП. Покращення інвестиційного клімату всередині країни, своєю чергою, здатне забезпечити збільшення надходжень підприємницьких інвестицій з-за кордону. Адже 83-тє місце країни у рейтингу Doing Business–2016 жодним чином не сприятиме зацікавленості іноземних підприємців вкладати гроші в нашу економіку [11]. Важливо зважати на той факт, що, за даними Світового банку, країни з першої десятки зазначеного рейтингу отримують у 50 разів більше прямих іноземних інвестицій, ніж країни з останньої десятки.

У середньостроковій перспективі зазначені заходи вкупі з налагодженням механізму функціонування банківської системи після завершення процесу її очищення та упорядкування законодавчої бази у бік активізації процесу кредитування, здатні зумовити поживлення загальної активності бізнесу в реальному секторі економіки країни та стимулювати вкрай потрібний процес модернізації нашої інфраструктури. Без цього годі очікувати на сталий ефективний розвиток на якісній матеріальній базі.

Як показує світовий досвід, забезпечення соціально-економічної безпеки – це гарантія незалежності країни, умова стабільної й ефективної життєдіяльності суспільства. Тому забезпечення соціально-економічної безпеки належить до найважливіших національних пріоритетів. Вона повинна забезпечуватися насамперед ефективністю виробництва, яка базується на основі високої продуктивності праці, та випуском якісної й конкурентоспроможної продукції.

Література

1. Климонова А. Инструментарий угроз экономической безопасности, инициированный высоким уровнем социально-экономического неравенства населения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https:// cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-initsirovannyy-vysokimurovnev-sotsialno-ekonomicheskogo-neravenstva-naseleniya](https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-initsirovannyy-vysokimurovnev-sotsialno-ekonomicheskogo-neravenstva-naseleniya)
2. Лібанова Е.М. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу : монографія / Е.М. Лібанова. – К. : КНЕУ, 2008. – 330 с.
3. Бідність та нерівні можливості дітей в Україні / [Л. М. Черенко, С. В. Полякова, А. Г. Реут та ін.]; за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ), Український центр соціальних реформ, 2009. – 288 с.
4. Вербицька. Г.Л. Проблеми бідності та рівня життя населення України / Г.Л. Вербицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 305–309.
5. Заробітна плата у жовтні 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Савенко С. Українці на експорт: сьогодні і завтра трудової міграції [Електронний ресурс] / Finance.UA. – 2017. – 26 жовт. – Режим доступу : <https://news.finance.ua/ua/news/-/413402/ukrayintsi-na-eksport-sogodnii-zavtra-trudovoyi-migratsiyi>
8. Бідність — головна загроза безпеці громадян: Аналітична доповідь Українського інституту дослідження екстремізму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uire.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/bidnist.pdf>.
9. Фінансовий портал Мінфін : [офіційний сайт]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/assets/>
10. Томаневич Л.М. Бідність як соціально-економічна загроза національній безпеці держави / Л.М. Томаневич // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2013. – Вип. 1. – С. 165–175.
11. Абрамвичус А. Что мешает Украине попасть в топ-50 Doing Business? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bin.ua/top/186880-cto-nam-meshaet-popast-v-top-50-doing-business.html>

References

1. Klimonova A. Instrumentarij ugroz ekonomicheskoy bezopasnosti, inicirovannij vysokim urovnem socialno-ekonomicheskogo neravenstva naseleniya [Elektronny resurs]. – Rezhym dostupu : [https:// cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-initsirovannyy-vysokimurovnev-sotsialno-ekonomicheskogo-neravenstva-naseleniya](https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-initsirovannyy-vysokimurovnev-sotsialno-ekonomicheskogo-neravenstva-naseleniya)
2. Libanova E.M. Bidnist naselennia Ukrainy: metodolohiia, metodyka ta praktyka analizu : monohrafiia / E.M. Libanova. – K. : KNEU, 2008. – 330 s.
3. Bidnist ta nerivni mozhlyvosti ditei v Ukraini / [L. M. Cherenko, S. V. Poliakova, A. H. Reut ta in.]; za red. E. M. Libanovi. – K. : Instytut demohrafiia ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Dytiachyi fond OON (JuNISEF), Ukrainykyi tsent sotsialnykh reform, 2009. – 288 s.
4. Verbytska. H.L. Problemy bidnosti ta rivnia zhyttia naselennia Ukrainy / H.L. Verbytska // Visnyk Natsionalnogo univertsytetu «Lvivska politekhnika». – 2010. – № 691: Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. – S. 305–309.
5. Zarobitna plata u zhovtni 2020 roku [Elektronny resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Sotsialno-demohrafichni kharakterystyky domohospodarstv Ukrainy [Elektronny resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Savenko S. Ukraintsi na eksport: sohodni i zavtra trudovoi mihratsii [Elektronny resurs] / Finance.UA. – 2017. – 26 zhovt. – Rezhym dostupu : <https://news.finance.ua/ua/news/-/413402/ukrayintsi-na-eksport-sogodnii-zavtra-trudovoyi-migratsiyi>

-
8. Bidnist – holovna zahroza bezpetsi hromadian: Analitychna dopovid Ukrainskoho instytutu doslidzhennia ekstremizmu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://uire.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/bidnist.pdf>.
9. Finansovyi portal Minfin : [ofitsiinyi sait]. – Rezhym dostupu : <http://index.minfin.com.ua/index/assets/>
10. Tomanevych L.M. Bidnist yak sotsialno-ekonomichna zahroza natsionalnii bezpetsi derzhavy / L.M. Tomanevych // Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Seriya ekonomichna. – 2013. – Vyp. 1. – S. 165–175.
11. Abramavichus A. Chto meshaet Ukraine popast v top-50 Doing Business? [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://bin.ua/top/186880-cto-nam-meshaet-popast-v-top-50-doing-business.html>

Надійшла / Paper received: 02.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МОДЕЛЕЙ

Розглянуто основні підходи у формуванні стратегій інноваційного розвитку підприємств на основі використання ресурсного потенціалу, побудовано алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку. Результати сформованої моделі стратегічного інноваційного потенціалу підприємства вирішують проблеми відповідності чисельності працівників та обсягів наявних ресурсів виробничим потребам підприємства та стають вхідними параметрами для її реалізації, з врахуванням індивідуальних особливостей організації діяльності підприємств, умов їх функціонування у зовнішньому середовищі, відображаючи взаємозв'язки між напрямками робіт у їх логічній послідовності з можливістю раціонального розподілу повноважень між колективами різних підрозділів, поєднаних загальним завданням.

Ключові слова: інноваційний ресурсний потенціал, концепції інноваційного розвитку підприємств, формування моделей.

NYZHNYK O.

Khmelnitskyi National University

INNOVATIVE RESOURCE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE: BUILDING OF EFFECTIVE MODELS

The basic approaches in formation of strategies of innovative development of the enterprises on the basis of use of resource potential are considered, the algorithm of distribution of resources in model of strategic innovative development has been constructed. Evaluation of models of strategic innovative development of enterprises indicates the presence of a significant number of different approaches to modeling the innovative activities of economic entities. Both classical economic and mathematical models are used to describe innovation processes, which are adapted taking into account the influence of the innovation factor on the final result, and specially developed models in which such a factor is fundamental. This review is far from complete and covers only the most common applications of modeling. The use of adequate models will allow to form an adequate strategy of innovative development of the enterprise, to correctly assess its consequences, which will help consolidate the market position of the enterprise and increase its competitiveness. Therefore, we can say that the innovative development of an industrial enterprise in the context of globalization should be based on the marketing and logistics management concept, the essence of which is to realize the bilateral interests of market participants - both the economic agent initiating the exchange and its counterparty - the consumer. The results of the formed model of strategic innovation potential of the enterprise solve the problems of conformity of the number of employees and available resources to the production needs of the enterprise and become input parameters for its implementation, taking into account individual features of organization of enterprises, conditions of their functioning in the external environment, their logical sequence with the possibility of rational distribution of powers between the teams of different units, united by a common task. The clarity of the obtained results allows to change the type of innovation strategy in accordance with changes in the external and internal environment, focusing the attention of management on the reorientation of priorities of innovative development of the enterprise, which may arise in response to changes in the environment.

Key words: innovative resource potential, concepts of innovative development of enterprises, formation of models.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток промислових підприємств має базуватися на ефективному використанні інноваційного ресурсного потенціалу. Формування ефективних концепцій інноваційного розвитку підприємств у більшій мірі залежить від стану та рівня їх ресурсного потенціалу, підвищення якого значно вплине на прибутковості підприємства та його результативну діяльність.

Стан розробленості проблематики. Проблема формування ресурсного потенціалу промислових підприємств цікавила велику когорту вчених, які у своїх дослідженнях по-різному трактують його структуру, складові елементи і особливо питання оцінки рівня їх використання. Однак єдино прийнятних узагальнень на сьогодні недостатньо для того, щоб однозначно сформулювати як визначення інноваційного ресурсного потенціалу, так і формування його ефективних моделей.

Мета статті полягає у аналізі взаємозв'язку різних концепцій формування інноваційного розвитку підприємств на основі використання ресурсного потенціалу, розробці алгоритму розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку суб'єктів господарювання.

Основний матеріал дослідження. У науковому доробку щодо ресурсного трактування підприємства [5] професор Б. Вернерфельт уперше звернув увагу на доцільність аналізу підприємства з погляду його ресурсів, а не продуктів та висловив гіпотезу, що підхід, заснований на знаходженні балансу між підтримкою наявних ресурсів і розвитком нових, може стати новою парадигмою дослідження стратегій. На відміну від моделі входу/виходу (модель В/В) ресурсна модель ґрунтується на твердженні, що внутрішньофірмове середовище у вигляді ресурсів і здатностей підприємства є важливішим для визначення стратегічних дій, ніж зовнішнє ринкове середовище. Модель В/В рекомендує фокусуватися на зборі ресурсів, необхідних для реалізації стратегії, що диктується умовами і обмеженнями зовнішнього середовища. Ресурсна модель закликає будувати стратегію з опорою на унікальні ресурси і здатності підприємства [1, 2]. Вибрана стратегія повинна дозволяти підприємству ефективніше використовувати свої основні здатності і переваги для застосування можливостей, що виникають у зовнішньому середовищі (рис. 1).



Рис. 1. Ресурсна модель отримання надприбутку підприємства*

*Сформовано автором на основі [5].

Відповідно до ресурсної моделі, конкурентна перевага підприємства створюється на основі її здатності зібрати і використовувати потрібну комбінацію ресурсів.

Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів і здатностей і створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках. Ресурсна модель стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства звертає особливу увагу на створення економічної ренти за рахунок відмінних здатностей підприємства. Економічна рента, або економічна додана вартість (ЕДВ), – це те, що підприємства заробляють понад вартість капіталу, використаного в їх бізнесі. Це міра конкурентної переваги, а конкурентна перевага, у свою чергу, – це єдиний засіб, за допомогою якого підприємства можуть заробити економічну ренту на конкурентному ринку. Мета підприємства – збільшити економічну ренту, а не прибуток. Підприємства, які збільшують свої прибутки, але не свою економічну ренту (наприклад, за рахунок інвестицій і придбань, в яких прибутки не покривають вартості капіталу), руйнують самі себе [2, с. 31].

Під час формування конкурентної стратегії, керівництво в сучасних умовах, передусім, звертає увагу на такі чинники, як джерела майбутніх прибутків, постійно зростаюча невизначеність бізнес-середовища та інтенсивність конкуренції, популяризація інформаційних та комунікаційних бізнес-процесів, вимоги суспільства. У зв'язку з цим, варто акцентувати увагу на зміну поглядів на новітні моделі лідерства, які проявляються в тому, що топ-менеджери підприємств зараз потребують зовсім інших компетенцій, ніж раніше вони повинні моделювати процеси інноваційного розвитку підприємств.

Інша група концепцій [3, с. 6] ключовими виділяє джерела формування інноваційного ресурсного потенціалу, які стосуються зовнішнього оточення підприємства. Тут головним для підприємств вважається вміння швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища, наявність гнучкої організаційної структури та створення нових ринків для споживачів інноваційної продукції (рис. 2).

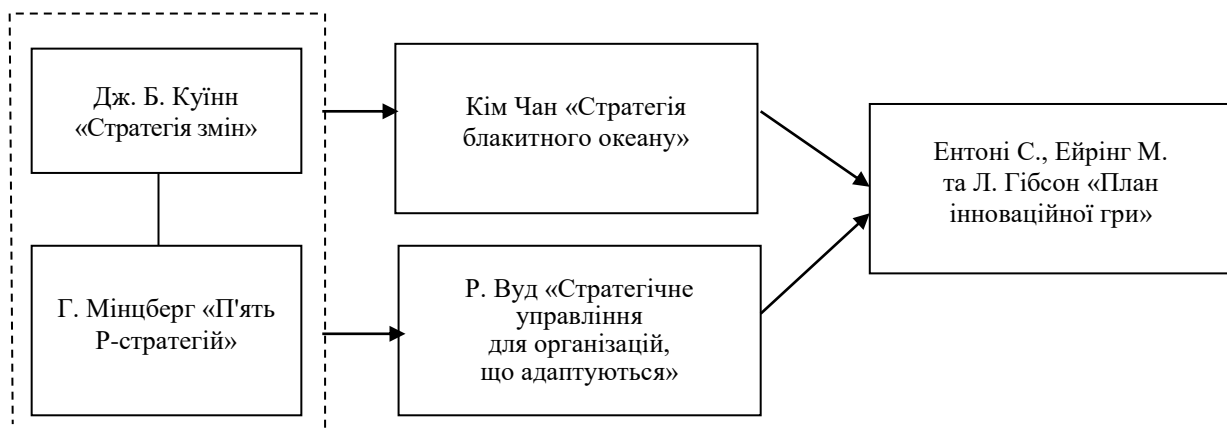


Рис. 2. Взаємозв'язок концепцій формування стратегій інноваційного розвитку підприємства,

що виділяють зовнішні ресурси формування конкурентних переваг

На основі аналізу концепцій формування стратегій підвищення рівня інноваційного ресурсного потенціалу, ми дійшли таких висновків:

1) у майбутньому успішно конкурувати зможе те підприємство, яке надаватиме споживачам справді унікальний товар, або саме створюватиме ринки за рахунок формування нових потреб у споживачів;

2) підприємство повинне мати гнучку організаційну структуру та вміння швидкої адаптації до інноваційних змін зовнішнього середовища;

3) конкурентна боротьба за підвищення рівня інноваційного ресурсного потенціалу зміститься у мережу Інтернет.

Звичайно залишаться і традиційні ринки, але важливим джерелом прибутку буде продаж через нові канали збуту. Тільки за умови розумної інтеграції до мережі Інтернет та ефективного контакту зі споживачами, можна буде стати лідером на ринку, оскільки комунікації матимуть визначальну роль.

Проаналізувавши роботи відомих науковців, які присвячені системі формування стратегії інноваційного розвитку та її елементам у хронологічному порядку, нами визначено, як змінювалися погляди та підходи до управління підприємством [3, 4].

Припустимо, що кожна запланована інновація повністю вибере виділений їй ресурс, отже, розв'язування задачі розподілу ресурсу буде зводитись до двох випадків: $\sum_{i=1}^n r_i^* \leq R$ або $\sum_{i=1}^n r_i^* > R$.

У випадку $\sum_{i=1}^n r_i^* \leq R$, розв'язок задачі набуває вигляду:

$$\varphi_1 = r_1^*, \varphi_2 = r_2^*, \dots, \varphi_n = r_n^*. \quad (1)$$

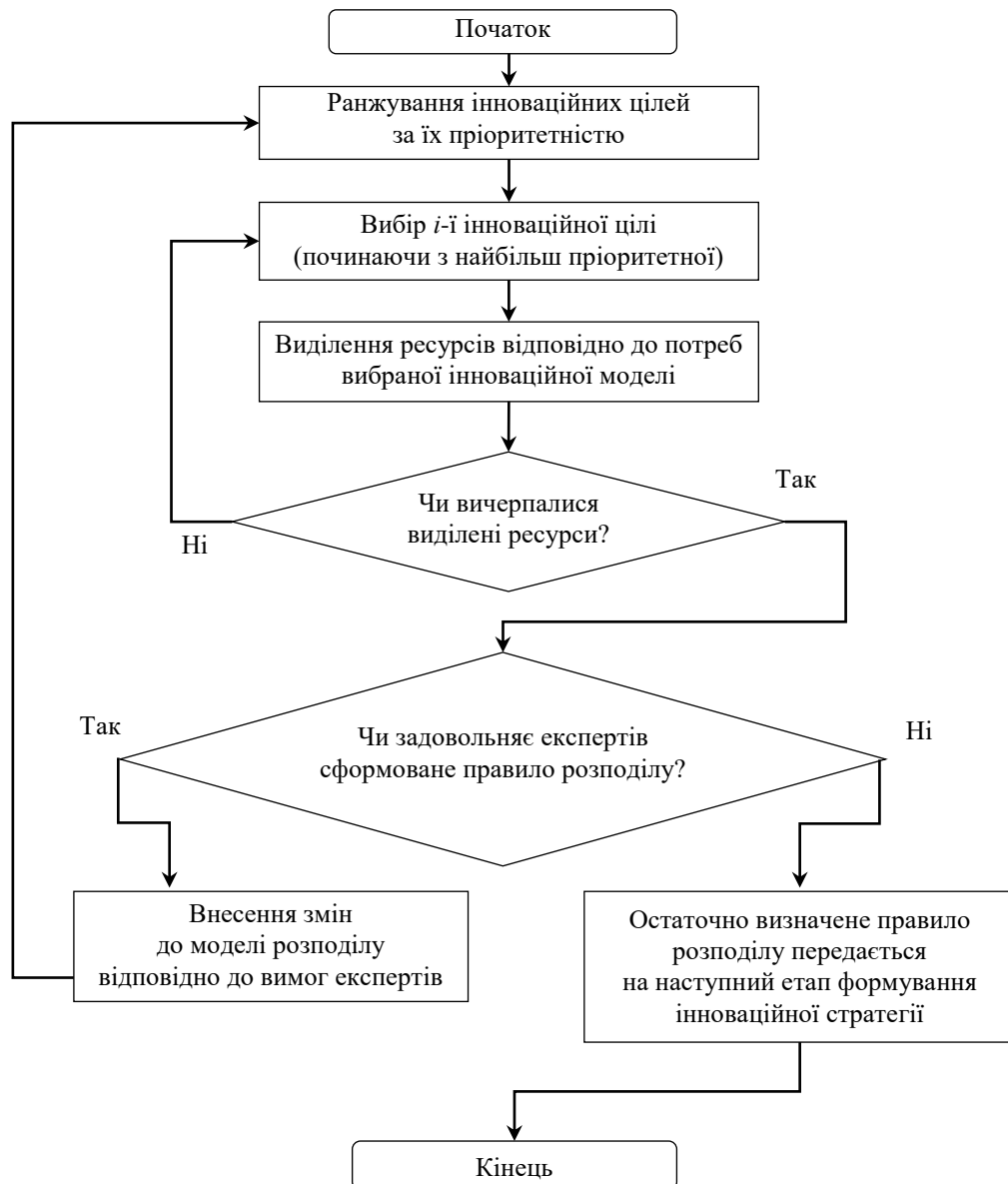


Рис. 3. Алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства

У випадку $\sum_{i=1}^n r_i^* > R$ (дефіцит ресурсів) доцільно проводити розподіл ресурсів відповідно до

ступеня пріоритетності цілі за таким правилом: якщо ціль має високий рівень пріоритетності, її вимоги задовольняються в повному обсязі.

Нами розроблено алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства (див. рис. 3), за допомогою якого можна розподілити ресурси підприємства в залежності від пріоритетності інноваційних ідей та інноваційних проєктів.

Для розв'язання задачі попередньо впорядкуємо показники пріоритетності $\check{P}_j(x_i)$ за зменшенням їх важливості, після чого вибір розв'язку задачі здійснюється за рахунок виконання багатокрокової процедури: якщо $r(x_1, \dots, x_{i+1}) < R$, то $r(x_i) = r^*(x_i)$, що означає, що відповідно до потреб та наявного ресурсного набору, ресурсами будуть забезпечені найбільш пріоритетні для підприємства інновації. У протилежному випадку кількість ресурсів вичерпується і процедура закінчується. На цьому кроці виконавці або повинні погодитися з отриманою альтернативою розподілу, або повторно виконати процедуру, збагативши модель визначення показників пріоритетності новою інформацією та перерахувавши значимість критеріїв.

Результати сформованої моделі стратегічного інноваційного потенціалу підприємства вирішують проблеми відповідності чисельності працівників та обсягів наявних ресурсів виробничим потребам підприємства та стають вхідними параметрами для її реалізації, з врахуванням індивідуальних особливостей організації діяльності підприємств, умов їх функціонування у зовнішньому середовищі, відображаючи взаємозв'язки між напрямками робіт у їх логічній послідовності з можливістю раціонального розподілу повноважень між колективами різних підрозділів, поєднаних загальним завданням. Наочність отриманих результатів дозволяє видозмінювати тип інноваційної стратегії відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, акцентуючи увагу керівництва на переорієнтації пріоритетів інноваційного розвитку підприємства, яке може виникнути у відповідь на зміни середовища.

Подібний підхід до моделювання інноваційного потенціалу підприємства забезпечує гнучкість системи стратегічного управління інноваційною діяльністю, дозволяє врахувати фактор невизначеності, коли інноваційні цілі підприємства задаються нечіткими множинами, представити інформацію про взаємозв'язок критеріїв оцінки у вигляді нечітких експертних виразів, дослідити ефективність та пріоритетність запланованих інновацій. Запропонована модель має цілком формалізований вид і може бути реалізована на ЕОМ з використанням стандартних пакетів програм, що підвищує оперативність і точність робіт.

Висновки. Таким чином, оцінка моделей стратегічного інноваційного розвитку підприємств вказує на наявність значної кількості різноманітних підходів до моделювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Слід зазначити, що для опису інноваційних процесів застосовуються як класичні економіко-математичні моделі, які адаптуються з урахуванням впливу інноваційного чинника на кінцевий результат, так і спеціально розроблені моделі, в яких такий чинник є основоположним. Наведений огляд є далеко не повним і охоплює лише найбільш поширені напрями застосування моделювання. Зокрема, потребують окремої уваги дослідження економіко-математичних моделей оцінювання інноваційного потенціалу, використання експертних методів оцінювання інноваційної діяльності, використання засобів прогнозування інноваційного розвитку підприємства тощо.

Вибір конкретної моделі залежить від видів діяльності, регіональних та галузевих особливостей впровадження інновацій, їх масштабності, залучених ресурсів тощо. Застосування адекватних моделей дозволить сформувати адекватну стратегію інноваційного розвитку підприємства, правильно оцінити її наслідки, що сприятиме закріпленню ринкових позицій підприємства і підвищенню його конкурентоспроможності. Відтак, можемо стверджувати, що інноваційний розвиток промислового підприємства в умовах глобалізації потребує всебічного використання маркетингових та логістичних підходів, тобто має опиратися на маркетингово-логістичну концепцію управління, суть якої полягає в реалізації двосторонніх інтересів учасників ринкового обміну як економічного агента, що є ініціатором обміну, так і його контрагента, що є споживачем.

Література

1. Бородіна О. А. Інтеграція логістики та маркетингу для формування інноваційного потенціалу економіки / О. А. Бородіна // Reporter of the priazovskiy state technical university. Section: Economic sciences. – 2016. – Issue 31. – Vol. 1. – P. 78.
2. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куинн; пер. с англ., под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
4. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава: ПБВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
5. Wernerfelt B. Resource-Based View of the Firm / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5. – № 2. – P. 171–180.

References

1. Borodina O. A. Intehratsiia lohistyky ta marketynhu dlia formuvannia innovatsiinoho potentsialu ekonomiky / O. A. Borodina // Reporter of the priazovskyi state technical university. Section: Economic sciences. – 2016. – Issue 31. – Vol. 1. – R. 78.
2. Karloff B. Delovaya strategiya / B. Karloff ; [per. s angl.]. – M. : Ekonomika, 1991. – 239 s.
3. Minberg G. Strategicheskij proces / G. Minberg, Dzh. Kuinn ; [per. s ang., pod red. Yu. Kapturevskogo]. – SPb : Piter, 2001. – 688 s.
4. Rohoza M. Ye. Stratehichniy innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv: modeli ta mekhanizmy : monohrafiia / M. Ye. Rohoza, K. Yu. Verhal. – Poltava : RVV PUET, 2011. – 136 s.
5. Wernerfelt B. Resource-Based View of the Firm / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5. – № 2. – P. 171–180.

Надійшла / Paper received: 18.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 005.21 : 338.2 (334)

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-27

ОКСЕНЮК Т. М.

Хмельницький національний університет

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Розглянуто трактування сутності кластера та обґрунтовано необхідність застосування кластерного підходу у механізмах регіонального інноваційного розвитку. Здійснено характеристику сутнісних аспектів та особливостей інноваційних кластерів. Окреслено основні стратегії впровадження кластерних технологій у розвитку місцевих соціально-економічних систем, що мають місце у світовій практиці. Визначено основоположні засади і напрями формування механізму стратегічного управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем в контексті застосування кластерних технологій.

Ключові слова: кластерний підхід, інноваційний кластер, механізм, регіональний інноваційний розвиток, стратегічне управління.

OKSENIUK T.

Khmelnitskyi National University

THE STRATEGIC MANAGEMENT MECHANISM OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS INNOVATIVE DEVELOPMENT FORMATION IN CLUSTER TECHNOLOGIES CONTEXT

In world economic development modern conditions, the economic growth key factor of both individual production units and entire socio-economic systems are innovations. They are a key tool for solving a number of social, environmental and other problems that characterize modern societies. That is why ensuring sustainable innovation development should be one of the key priorities of any socio-economic system at this stage. In this context, the innovative development mechanisms forming is of particular importance. In the last few decades different approaches to the innovative development have been applied in Ukraine, which, although leading to some positive changes, but have not become the driving force of the innovation economy in the country. At the same time, it became clear that higher efficiency is characteristic of regional innovative development programs, as they are developed taking into account the specifics of the economic sector of a particular area, its features, needs and available potential. Given the above and the chosen course for decentralization of resources and powers, to expand the capacity of local governments to ensure local development, the issues of forming regional socio-economic systems innovative development mechanisms become important. As the world's leading economies in forming of regional development programs increasingly turn to cluster technologies to ensure sustainable economic development of territories, the problem of forming strategic management mechanisms of socio-economic systems innovative development in cluster technologies context acquires special urgency. The aim of the article is to substantiate the main directions of regional socio-economic systems innovative development strategic management mechanisms formation in cluster technologies application context. So, in the study are considered the essence of the cluster interpretation and substantiated the necessity of cluster approach application in regional innovative development mechanisms. The essential aspects and features of innovation clusters are characterized. The main strategies for cluster technologies implementation in local socio-economic systems development that take place in world practice are outlined. The basic principles and directions the strategic management mechanism formation of regional social and economic systems innovative development in cluster technologies application context are defined.

Keywords: cluster approach, innovation cluster, mechanism, regional innovation development, strategic management.

Вступ. За сучасних умов світогосподарського розвитку ключовим чинником економічного зростання як окремих виробничих одиниць, так і цілих соціально-економічних систем виступають інновації. Саме вони є ключовим інструментом вирішення цілого ряду соціальних, екологічних та інших видів проблем, характерних для сучасних суспільств. Саме тому забезпечення стійкого інноваційного розвитку має бути одним із ключових пріоритетів будь-якої соціально-економічної системи на даному етапі. В цьому контексті особливого значення набуває розбудова механізмів управління інноваційним розвитком.

В Україні впродовж кількох останніх десятиліть, тобто з часів проголошення незалежності, застосовувалися різні підходи до управління інноваційним розвитком, які, хоча й призвели до окремих позитивних зрушень, однак так і не стали рушійною силою формування інноваційної економіки в державі. При цьому, стало зрозумілим, що вища ефективність характерна саме регіональним програмам інноваційного розвитку, оскільки вони розробляються з урахуванням специфіки економічного сектору конкретної місцевості, його особливостей, потреб та наявного потенціалу. Враховуючи вищезазначене та обраний курс на децентралізацію ресурсів і повноважень, тобто на розширення можливостей органів місцевого самоврядування у забезпеченні місцевого розвитку, вагомими стають питання формування механізмів управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем. Оскільки ж у провідних економіках світу при розробці регіональних програм розвитку все частіше звертаються до кластерних технологій, що дозволяють забезпечити стійкий економічний розвиток територій, то особливої актуальності набуває проблема формування механізмів управління інноваційним розвитком соціально-економічних систем в контексті застосування кластерних технологій.

Мета дослідження. Обґрунтувати основні напрями формування механізмів стратегічного управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем в контексті застосування кластерних технологій.

Аналіз літературних джерел з даної тематики. Одним із основоположників теорії кластеризації економіки варто вважати М. Портера [1], за яким конкурентоспроможність країни формується саме кластерами – групою географічно близьких, взаємопов'язаних компаній та організацій, які діють у певній сфері та взаємодоповнюють одна одну. Подальший розвиток даної теорії зумовили представники інституціоналістської школи [2–4], які довели наявність залежності динаміки показників економічного розвитку регіону від особливостей інституційних зв'язків між органами влади, суспільними об'єднаннями та конкуруючими між собою промисловими підприємствами.

Впродовж останнього десятиліття теорія кластеризації отримала новий виток у своєму розвитку, особливо на теренах країн, які не належать до економік світового рівня. Розуміння кластерів як рушійного чинника економічного розвитку стимулює нові наукові дослідження та розробки. Водночас, в Україні дане питання є маловивченим, особливо в контексті нетривалого досвіду функціонування органів місцевого самоврядування з розширеними повноваженнями, що вимагає поглибленого вивчення піднятої тематики.

Постановка завдання. В узагальненому трактуванні під кластером прийнято розуміти структурований галузевий союз підприємств, органів державної влади, місцевого самоврядування, науки і некомерційного сектору. Кластеризація економіки за рахунок посилення взаємозв'язків між її господарюючими суб'єктами надає нових імпульсів регіональному розвитку та стає однією з умов підвищення конкурентоспроможності територій на сучасному етапі. Саме тому регіональна економічна політика має не лише відшукувати способи ефективного використання наявного ресурсного потенціалу, але і забезпечувати формування нових підходів, механізмів, технологій управління регіональним розвитком на основі застосування кластерного підходу.

Варто відзначити, що кластерний підхід є більш ефективним порівняно з галузевою формою організації взаємодії підприємств на регіональному рівні, адже його головна концепція полягає у поєднанні окремих елементів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції чи реалізації певної цілі. Особливо важливу роль кластерні технології відіграють у здійсненні інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу на регіональному рівні, оскільки невеликі підприємства досить часто не мають можливості концентрувати значні ресурси на проведенні науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських розробок, втіленні дороговартісних інноваційних маркетингових заходів тощо.

Перевага та новизна кластерного підходу полягає в тому, що він надає високої значимості мікроекономічній складовій, а також територіальному та соціальному аспектам економічного розвитку. Крім того, він пропонує ефективні інструменти для стимулювання регіонального розвитку, оскільки дозволяє визначити пріоритетні галузі, які мають економічний потенціал та сприяють підвищенню конкурентоспроможності, виявити фактори та елементи, що впливають на рівень розвитку конкурентних переваг [1]. Об'єктивна необхідність використання кластерного підходу для розвитку інноваційної сфери полягає у переліку його економічних переваг – він забезпечує підвищення загальної ефективності, конкурентоспроможності та зростання продуктивності за рахунок синергетичного ефекту. Тим самим обумовлюється необхідність використання кластерних технологій як основи для стратегічного інноваційного регіонального економічного розвитку.

Інноваційні кластери значно швидше, ніж галузі, охоплюють важливі зв'язки, формують взаємодоповнюючі елементи між підприємствами різних галузей, поширюють технології, навички, інформацію та усвідомлення швидкозмінних умов замовників. Такі зв'язки виявляються основоположними у конкурентній боротьбі, у підвищенні продуктивності та, особливо, у визначенні напрямів розширення господарської діяльності та впровадження інновацій.

Як правило, більшість учасників інноваційного кластеру не конкурують між собою безпосередньо, оскільки обслуговують різні сегменти галузі. Однак, у них існує багато спільних потреб та можливостей, вони в процесі здійснення господарської діяльності зіштовхуються зі схожими обмеженнями та перешкодами. Можна виділити кілька специфічних особливостей інноваційних кластерів, серед яких наступні:

– забезпечення перетікання специфічних конкурентних переваг між підприємствами кластеру, що прискорює інноваційний розвиток, сприяє нарощуванню стратегічного потенціалу підприємств та підтримці динамічної конкуренції;

– наявність інтегрованих властивостей проектною та економічною систем, оскільки інноваційні кластери у переважній більшості є результатом цілеспрямованих організаційних дій групи підприємств (організацій), в тому числі і органів влади;

– наявність процесів координації, які виконують керівну роль в умовах нестабільності, створюють необхідні умови для стійкості фінансових і товарних потоків, стають основою для організації ефективних господарських зв'язків, обміну продукцією, досвідом і технологіями, слугують основою міжрегіональних зв'язків.

Інноваційний кластер, будучи найбільш ефективною формою досягнення високого рівня конкурентоспроможності, являє собою неформальне об'єднання зусиль різних організацій. Об'єднання в інноваційний кластер на основі вертикальної інтеграції формує не спонтанну концентрацію різноманітних технологічних винаходів, а суворо орієнтовану систему поширення нових знань, технологій та інновацій. При цьому, формування мережі стійких зв'язків між всіма учасниками кластеру є найважливішою умовою

ефективної трансформації винаходів у інновації, а інновацій – в конкурентні переваги. Інноваційні кластери створюють новий продукт чи послугу зусиллями кількох підприємств чи дослідницьких інститутів, що дозволяє прискорити їх поширення мережею господарських взаємозв'язків. Інноваційна структура кластера сприяє зниженню сукупних затрат на дослідження і розробку новацій з подальшою їх комерціалізацією за рахунок високої ефективності виробничо-технологічної структури кластера. Це дозволяє учасникам інноваційних кластерів стабільно здійснювати інноваційну діяльність на протязі тривалого часу [5].

Виходячи з усього зазначеного, можемо говорити про те, що забезпечення інноваційного розвитку регіональних соціально-економічних систем у стратегічній перспективі вимагає розбудови ефективних механізмів формування та розвитку інноваційних кластерів. Іншими словами, необхідною є імплементація кластерного підходу в управління регіональними соціально-економічними системами. Світова практика виробила три основні стратегії впровадження кластерних технологій:

- державну (директивну), коли саме органами влади (місцевого самоврядування) визначається територіальна організація та галузева спеціалізація кластера, встановлюються правила і процедури участі тощо;
- бізнесову (стратегію спільноти бізнес-одиниць), за якої кластери утворюються стихійно за наявності певних умов чи традицій ведення бізнесу і досить часто мають неформалізовані правила участі;
- рефлексивну (балансуючу), за якої кластери утворюються на основі балансування інтересів суб'єктів господарювання, територіальних органів влади та місцевої спільноти.

Таким чином, місцеві органи влади в розбудові територіальних інноваційних кластерів можуть обирати між директивною та балансуючою стратегіями. Застосування кожної з них має як сильні сторони, так і недоліки, а тому потребує виваженого методологічного підходу до її обрання. Звідси, необхідність формування комплексного управлінського механізму у забезпеченні інноваційного розвитку регіональних соціально-економічних систем у стратегічній перспективі. Однак, формуванню такого механізму має передувати визначення чітких основоположних засад та чинників його ефективного функціонування. На основі світового досвіду можна говорити про наступні фактори успіху:

- формалізація державної політики та програм регіонального розвитку інноваційних кластерів;
- формування довгострокового регіонального бачення розвитку інноваційних кластерів;
- розвиток комунікацій та координації між усіма учасниками інноваційного кластеру;
- активна підтримка функціонування та розвитку інноваційних кластерів.;
- розвиток науково-освітньої бази;
- стимулювання кооперації наукового та реального секторів;
- розвиток інноваційної інфраструктури (наукових парків, інкубаторів тощо);
- сприяння формуванню та розвитку належного бізнес-середовища.

Таким чином, механізм стратегічного управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем в контексті застосування кластерних технологій має функціонувати за кількома основними напрямками:

1. Формування інноваційних територіальних кластерів. За даним напрямом має вестися робота щодо аналітичного оцінювання показників територіального соціально-економічного розвитку, визначення перспективних галузей з точки зору формування інноваційних кластерів, проведення просвітницької роботи, інформаційних кампаній та інших організаційних заходів з метою налагодження комунікацій між окремими господарюючими суб'єктами певних галузей, їх взаємозв'язків з місцевими осередками наукової діяльності. Окрім того, до завдань реалізації даного напрямку досліджуваного механізму має належати і всебічне сприяння територіальному розвитку бізнес-середовища.

2. Розвиток інноваційних можливостей територіальних кластерів. Даний напрям функціонування механізму стратегічного управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем в контексті кластерних технологій передбачає здійснення місцевими органами влади всебічної підтримки та сприяння інноваційній діяльності територіальних кластерів, що може полягати у визначенні стратегії їх інноваційного розвитку, формуванні координаційних рад, виділенні необхідних ресурсів, створенні належних інформаційних потоків, розробці та реалізації конкретних проектів тощо.

Висновки. Стійкий соціально-економічний розвиток територій є сьогодні одним з основних пріоритетів місцевої влади, а тому пошук ефективних шляхів і заходів для його забезпечення є особливо актуальним. В цьому контексті особливого значення набуває формування управлінських механізмів, спрямованих на забезпечення саме інноваційного розвитку місцевих соціально-економічних систем як рушійного чинника розвитку територій в цілому та їх соціально-трудова сфери, зокрема. При цьому, формування окреслених механізмів має здійснюватися з урахуванням необхідності спрямовувати управлінський вплив за двома основними напрямками: формування інноваційних територіальних кластерів та розвиток інноваційних можливостей територіальних кластерів. Тому подальшими напрямками досліджень має стати визначення складових елементів кожної з окреслених підсистем механізму стратегічного управління інноваційним розвитком регіональних соціально-економічних систем в контексті застосування кластерних технологій.

Література

1. Портер М. Э. Конкуренция / [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др. ; под ред. Я. В. Заблоцкого и др.]. – М. : Вильямс, 2005. – 458 с.
2. Самуэльсон П. Экономика / Самуэльсон П., Нордхаус В. – 18-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 1360 с.

-
3. Хайек Ф. Дорога к рабству / Хайек Ф. ; [пер. с англ]. – М. : АСТ ; Астрель, 2012. – 317 с.
 4. Коуз Р. Г. Фирма, рынок и право / Коуз Р.Г. ; пер. с англ. – М. : Новое издательство, 2007. – 224 с.
 5. Koshcheev S. V. Organization-economic mechanizm of forming innovative systems (healthresort sector case-study). European researcher. 2011. № 3. P. 274–275.

References

1. Porter M. E. Konkurenciya / [per. s angl. O. L. Pelyavskogo i dr. ; pod red. Ya. V. Zablockogo i dr.]. – М. : Vilyams, 2005. – 458 s.
2. Samuelson P. Ekonomika / Samuelson P., Nordhaus V. – 18-e izd. – М. : Vilyams, 2007. – 1360 s.
3. Hajek F. Doroga k rabstvu / Hajek F. ; [per. s angl]. – М. : AST ; Astrel, 2012. – 317 s.
4. Kouz R. G. Firma, rynok i pravo / Kouz R.G. ; per. s angl. – М. : Novoe izdatelstvo, 2007. – 224 s.
5. Koshcheev S. V. Organization-economic mechanizm of forming innovative systems (healthresort sector case-study). European researcher. 2011. № 3. R. 274–275.

Надійшла / Paper received: 14.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

УДК 65.011.46

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-28

ПРОСКУРОВИЧ О. В., АЛЕКСІЙЧУК А. С.

Хмельницький національний університет

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РЕЗУЛЬТАТИ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШВЕЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У науковій статті досліджено процес економетричного моделювання та прогнозування результатів виробничої діяльності щодо зміни ресурсного потенціалу підприємства. Проведено аналіз діяльності швейного підприємства та здійснено економетричне моделювання обсягу товарної продукції швейної фабрики залежно від чисельності персоналу, вартості фондів та матеріальних запасів, що дозволяє оцінити вплив ресурсного потенціалу на зміну обсягу випуску продукції на підприємстві. При цьому побудовано економетричні та трендові моделі зміни обсягу товарної продукції швейного підприємства. Результати моделювання та подальшого прогнозування довели, що найкраще описує зміну обсягу випуску продукції степенева залежність та мультиплікативна виробнича функція.

Ключові слова: ресурсний потенціал, результат виробничої діяльності, обсяг товарної продукції, економетричне моделювання, прогнозування, мультиплікативна виробнича функція, трендова залежність.

PROSKUROVYCH O., ALEKSEICHUK A.

Khmelnitskyi National University

MODELLING THE INFLUENCE OF RESOURCE POTENTIAL ON THE RESULTS OF THE PRODUCTION ACTIVITY OF A SEWING ENTERPRISE

The main purpose of this article is to study the state, analysis, modeling and forecasting the impact of resource potential on the results of production activities of the garment enterprise. The scientific article analyzes and econometric modeling and forecasting the volume of marketable products of the garment factory depending on the number of staff, cost of funds and inventories, which allows to assess the impact of resource potential on changes in output at the enterprise.

The results of the production activity of the garment factory are quite ambiguous, as from 2014 to 2018 it increases production and sales, increases the number of staff, cost of tools and labor, improves their efficiency while reducing gross and net profits and increasing costs. However, in the reporting year compared to the previous year there is a gradual slowdown in production and sales activities, reduction of staff, cost of fixed assets and deteriorating efficiency of means of production, labor potential and efficiency of the garment factory as a whole.

Correlation-regression analysis of the results of production activities to change the main components of resource potential (number of staff, value of fixed assets and inventories) allowed to determine the impact of selected factors on changes in the volume of marketable products. A three-factor model of linear character, power dependence, trend model was constructed and the Cobb-Douglas function was used to characterize the variation in the volume of garments production. The constructed models have a high value of the coefficient of determination, their parameters are reliable according to Student's criterion. They are adequate according to Fisher's criterion, so they are used to forecast the volume of marketable products.

Keywords: resource potential, result of production activity, volume of marketable products, econometric modeling, forecasting, Cobb-Douglas function, trend dependence.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання вимагають нових підходів до якості управління виробничо-господарською діяльністю підприємств швейної галузі. Зокрема, варто віднайти напрямки оптимізації обсягів виробництва, розширення меж цільових ринків реалізації продукції, забезпечення прибуткової діяльності та дотримання стабільного фінансового стану, що передбачає оптимальне поєднання та ефективне використання ресурсів швейного підприємства. При цьому слід змінити підходи до управління ресурсним потенціалом задля його ефективності у отриманні кінцевих результатів виробничої діяльності швейного підприємства. Це досить актуально через обмеженість матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, які формують ресурсний потенціал та зумовлюють систематичний пошук шляхів раціонального його використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування та використання ресурсного потенціалу досліджували Л. Абалкін, В. Авдеєнко, Р. Акбердін, В. Андрійчук, Р. Білоусов, Г. Бабков, П. Борщевський, І. Бузько, Ю. Василенко, С. Волощук, Е. Горбунов, В. Гончаров, А. Задоя, А. Ігнатівський, Р. Колосова, О. Коренков, В. Котлов, Н. Краснокутська, Г. Мельничук, М. Кучеров, О. Олексюк, І. Ступницький, І. Фаріон, О. Федонін, Е. Фігурнов, С. Хейнман, Д. Черніков, В. Шиян, С. Шкарабан та інші [1–11]. Вони висвітлювали загальні підходи щодо аналізу ефективності використання ресурсного потенціалу, однак, практичні аспекти його впливу на результати виробничої діяльності підприємств швейної галузі ними не розглянуто.

Постановка завдання. Метою цієї статті є дослідження стану, аналіз, моделювання та прогнозування впливу ресурсного потенціалу на результати виробничої діяльності швейного підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Діагностування ресурсного потенціалу швейної фабрики проводиться з урахуванням того, що до його складу входять персонал, засоби та предмети праці. Тому, кожна з цих складових оцінюється певними показниками. Якісні показники ефективності використання ресурсів швейного підприємства визначались на основі обсягу товарної продукції, тому для усунення функціональної залежності їх не варто включати у майбутню модель. В якості факторів, для

економетричного моделювання результатів виробничої діяльності під впливом ефективності використання ресурсного потенціалу, обрано кількісні показники ресурсного потенціалу.

Результатом виробничої діяльності швейної фабрики будемо вважати обсяг виробництва верхнього одягу, отже його обрано результуючим показником. Процес виробництва і реалізації швейних виробів є основною метою виробничої діяльності швейної фабрики, тому результуючим показником варто обрати обсяг товарної продукції.

Економетричне моделювання результатів виробничої діяльності швейної фабрики умовно можна поділити на такі етапи [1]:

- 1) визначимо результуючий показник та можливі фактори впливу на нього;
- 2) застосувавши засоби кореляційного аналізу, побудуємо кореляційні матриці зв'язків між кількісними показниками відповідних компонент ресурсного потенціалу та обсягом товарної продукції приватного підприємства;
- 3) відкинемо фактори, які мають не суттєвий вплив на результативний показник та сформуємо перелік показників з високою щільністю зв'язку з обсягом виробництва верхнього одягу;
- 4) застосувавши ітераційні процедури щодо побудови регресійних моделей спробуємо позбутися мультиколінеарності шляхом виключення факторів, що мають високі парні коефіцієнти кореляції з іншими факторами;
- 5) побудуємо можливі варіанти регресійних моделей зміни обсягу виробництва верхнього одягу з подальшою оцінкою щільності зв'язку між відібраними показниками, їх адекватності та достовірності параметрів;
- 6) окреслимо коло можливих користувачів та запропонуємо рекомендації щодо прикладного застосування результатів економетричного моделювання.

За результатами проведеного аналізу стану ресурсного потенціалу швейного підприємства встановлено, що з року в рік на швейній фабриці скорочується чисельність персоналу, у звітному році щодо попереднього року зменшується вартість основних фондів та їх активної частини, погіршується ефективність використання матеріальних ресурсів. Усе це призвело до спаду обсягу виробництва верхнього одягу у 2019 р. на 9,08 % або на 3987 тис. грн [2]. Тому за допомогою економетричного моделювання варто дослідити причини скорочення результатів виробничої діяльності.

У таблиці 1 надана динаміка обсягу товарної продукції та факторів, що здійснюють на неї вплив. Якщо у якості факторів обирати не кількісні показники, а відносні їх значення (до прикладу питому вагу), то жодна з побудованих моделей не є адекватною.

Таблиця 1

Динаміка обсягу товарної продукції та факторів, що впливають на його зміну

Показник		Абсолютне значення за роками					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
Обсяг товарної продукції, тис. грн	Y	18160	26408,1	33722	34034,2	43890	39903
Вартість основних виробничих фондів, тис. грн	X ₁	3050	4510	6125	7213	7383	5567,9
Чисельність працівників, осіб	X ₂	235	324	315	307	304	299
Вартість матеріальних ресурсів, тис. грн	X ₃	1883	3202	4258	2828	5378	5678

Джерело: узагальнено автором за даними звітності швейного підприємства

За результатами кореляційної матриці, усі три відібраних фактори вагомо впливають на зміну обсягу виробництва верхнього одягу швейної фабрики. При цьому, найбільший вплив на зміну обсягу товарної продукції чинить вартість матеріальних ресурсів (0,8935) і основних виробничих фондів (0,8623) та чисельність працівників (0,5804). Прямий вплив відібраних факторів вказує на те, що їх зростання призводить до нарощування обсягу виробництва верхнього одягу – результативного показника.

Значної залежності між відібраними факторами не існує, тому ці фактори не є мультиколінеарними. Отже, включимо їх разом у модель зміни обсягу товарної продукції:

$$Y_p = 6769,96 + 3,18x_1 - 22,73x_2 + 3,81x_3. \quad (1)$$

Отже, побудована модель (1) має достатньо високе значення коефіцієнта детермінації ($R^2 = 0,9921$), яке вказує, що на 99,21 % відібрані фактори впливають на зміну обсягу виробництва верхнього одягу і лише 0,79 % припадає на дію факторів, які не включені у модель (1). У цій моделі найбільший, проте обернений вплив, на обсяг товарної продукції, чинить чисельність працівників, що підтверджує більше значення параметра моделі (-22,73). Від'ємне значення параметра при другій зміні пояснюється тим, що не усі фактори, які чинять вплив на зміну обсягу виробництва верхнього одягу включено у модель (1). Це вказує на не коректну кадрову політику підприємства, яка повинна врегулювати питання структури і зайнятості персоналу швейної фабрики. Майже однаковий вплив здійснюють вартість основних виробничих фондів та матеріальних ресурсів, значення параметрів яких засвідчує, що за зростання цих факторів на одну одиницю обсяг виробництва верхнього одягу збільшиться на 3,18 тис. грн та 3,81 тис. грн, відповідно. Достовірними, за критерієм Стьюдента, є лише параметри моделі до першої та третьої змінної a_1 та a_3 , оскільки їх розрахункові значення ($t_{a1} = 6,51$ та $t_{a3} = 7,92$ відповідно) більші за табличне значення ($t_{табл} = 4,30$). За

критерієм Фішера модель (1) адекватна, оскільки його розрахункове значення ($F_{розр} = 84,12$) перевищує табличне ($F_{табл} = 19,16$) тому за цією моделлю (1) слід здійснювати прогнозування зміни обсягу виробництва верхнього одягу (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка фактичних, змодельованих та прогнозних значень обсягу виробництва швейної фабрики

Показник	Рік							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Обсяг товарної продукції, тис. грн.	18160	26408	33722	34034	43890	39903	–	–
Розрахункові та прогнозні значення обсягу товарної продукції за:								
– лінійною залежністю (модель 1)	18294	25935	35295	33492	43809	39293	39618	39947
– за степеневою залежністю (модель 2)	18288	26380	34985	33051	44975	38421	38980	39552
– за мультиплікативною виробничою функцією (модель 6)	18271	26132	35578	33233	44283	38560	38834	39109

Крім лінійної, в електронних таблицях MS Excel можна побудувати степеневу регресійну модель вигляду $y = ab^x$, використовуючи вбудовану формулу «=ЛГРФПРИБЛ()»:

$$Y_p = 9078,81 \cdot 1,0001^{x_1} \cdot 1,0007^{x_2} \cdot 1,0001^{x_3}. \quad (2)$$

Модель (2) також має високе значення коефіцієнта детермінації, яке вказує, що на 99,16 % відібрані три фактори впливають на результативний показник. Ця модель також є адекватною як за критерієм Фішера ($F_{розр} = 78,73 > F_{табл} = 19,16$), так і за високого значення коефіцієнта детермінації, тому за нею теж буде здійснено прогнозування обсяг товарної продукції (див. табл. 2).

В економічній практиці досить поширеним є застосування степеневих функцій. До прикладу, досить часто застосовують мультиплікативну виробничу функцію [3]:

$$Y = \alpha L^{\alpha L} \cdot C^{\alpha C}, \quad (3)$$

де Y – розмір валового регіонального продукту; L – зайнятість населення; C – основні засоби та матеріальні ресурси, що формують капітал.

Оскільки, за даними швейного підприємства, до складу ресурсного потенціалу включено три види ресурсів (капітал сформовано з основних фондів і матеріальних ресурсів), то варто буде побудувати трифакторну модель.

Здійснивши певні перетворення отримано наступне лінеаризоване рівняння регресії зміни обсяг виробництва верхнього одягу:

$$Y_p = 3,55 + 0,59x_1 - 0,30x_2 + 0,42x_3. \quad (4)$$

Виконаємо зворотне перетворення:

$$A = \exp(b_0) = e^{3,55} = 34,66; \quad \alpha = b_1 = 0,59; \quad \beta = b_2 = -0,30; \quad \gamma = b_3 = 0,42. \quad (5)$$

При цьому вибіркова мультиплікативна виробничу функція буде мати такий вигляд:

$$Y_p = 34,66 \cdot O^{0,59} \cdot L^{-0,30} \cdot M^{0,42}, \quad (6)$$

де Y_p – обсяг виробництва верхнього одягу, тис. грн; O – вартість основних виробничих фондів, тис. грн; L – чисельність працівників, осіб; M – вартість матеріальних ресурсів, тис. грн.

Побудуємо графік залежності результативного показника від зміни обраних факторів на рис. 1.

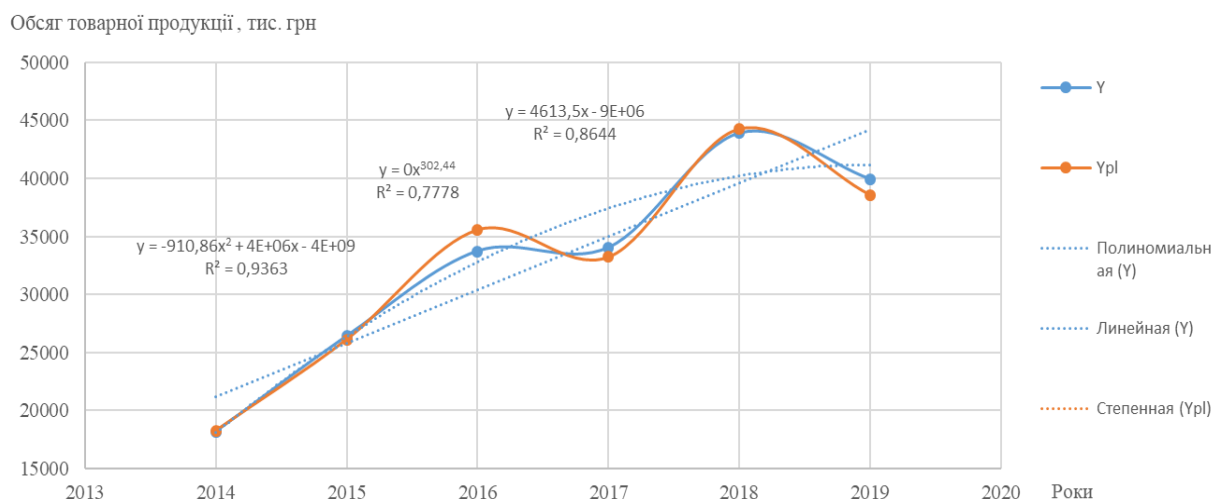


Рис. 1. Динаміка обсягу виробництва верхнього одягу швейного підприємства

Як видно з рис. 1 розрахункові значення обсягу товарної продукції за мультиплікативною виробничою функцією досить наближені до його фактичних значень, що вказує на достатній рівень якості побудованої моделі (6).

Побудована модель (6) має достатньо високе значення коефіцієнта детермінації ($R^2 = 0,9905$), яке вказує, що на 99,05 % відібрані фактори впливають на зміну обсягу виробництва верхнього одягу. За критеріями Стюдента достовірними є початковий параметр моделі та параметри до першої та третьої змінної a_1 та a_3 , оскільки їх розрахункові значення ($t_{a0} = 30,16$; $t_{a1} = 5,51$ та $t_{a3} = 5,66$ відповідно) більші за табличне значення ($t_{табл} = 4,30$). Оскільки розрахункове значення критерія Фішера ($F_{розра} = 69,74$) перевищує табличне ($F_{табл} = 19,16$) та за високого значення коефіцієнта детермінації модель (6) є адекватною і за нею слід здійснювати прогнозування зміни обсягу виробництва швейних виробів (див. табл. 2, рис. 2).

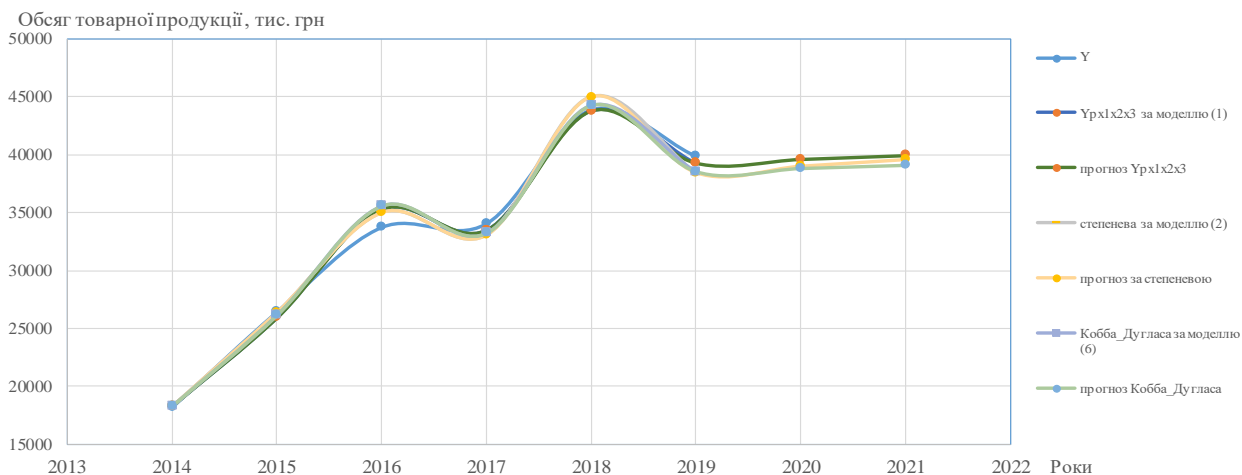


Рис. 2. Динаміка фактичних, змодельованих та прогнозних даних обсягу товарної продукції швейної фабрики за економетричними моделями (1), (2), (6) збільшуючи значення факторів на один відсоток

Результати моделювання засвідчили, що змодельовані значення обсягу товарної продукції достатньо наближені до його фактичних даних. Одночасно прослідковується тенденція спаду виробництва у звітному році щодо попереднього за усіма трьома моделями. Тому нами було прийнято рішення, спрогнозувати ситуацію, припустивши, що значення відібраних факторів зміняться лише на один відсоток. Отже, вартість основних виробничих фондів у 2020 р. буде становити 5623,58 тис. грн, а у 2021 р. – 5679,81 тис. грн; чисельність персоналу – 302 особи і 305 осіб відповідно; вартість матеріальних ресурсів – 5734,78 тис. грн та 5792,13 тис. грн тощо. При цьому, обсяг виробництва щодо змодельованого значення у звітному році збільшився: за моделлю (1) на 0,83 % у 2020 р. та на 1,66 % у 2021 р.; за степеневою моделлю (2) на 1,45 % у 2020 р. та на 2,94 % у 2021 р. та за мультиплікативною виробничою функцією на 0,71 % у 2020 р. та на 1,43 % у 2021 р.

Прогнозні значення за усіма побудованими моделями, за припущення щодо зростання значення факторів на один відсоток, у майбутніх два роки будуть поступово зростати. Однак, результати прогнозування щодо фактичного значення у звітному році мали не втішний результат, оскільки обсяг виробництва продовжував спадати, хоча і не значними темпами. Тому ми продовжили дослідження з надією відшукати кращий варіант лінійної залежності.

Для застосування моделей виробничих функцій до управління результатами розвитку швейної фабрики варто визначити основні характеристики, які є ґрунтовною основою розробки та прийняття управлінських рішень [4]. Процедура їх оцінювання та економічна інтерпретація полягає у наступному (табл. 3):

Таблиця 3

Розрахунок середньої і граничної ефективності використання ресурсів та нормативу заміщення ресурсів

Показник		2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Основні фонди	O	3050	4510	6125	7213	7383	5568	5624
Чисельність працівників	L	235	324	315	307	304	299	296
Матеріальні ресурси	M	1883	3202	4258	2828	5378	5678	5735
Середня ефективність використання ресурсів за ресурсами	μO	1,28	1,09	0,96	0,9	0,89	1	1
	μL	3,26	2,7	3,36	3,82	3,93	3,4	3,46
	μM	9,7	8,16	8,36	11,8	8,23	6,79	6,81
Гранична ефективність використання ресурсів	$v O$	3,53	3,41	3,42	2,71	3,53	4,08	4,09
	$v L$	-23	-24	-34	-32	-43	-38	-39
	$v M$	4,08	3,43	3,52	4,94	3,46	2,86	2,87
Норматив заміщення ресурсів	O/L	6,58	7,06	9,86	11,9	12,3	9,44	9,63
	O/M	1,15	1	1,02	1,81	0,97	0,7	0,7
	L/M	0,17	0,14	0,1	0,15	0,08	0,07	0,07

1) середня ефективність використання ресурсів передбачає визначення середньої продуктивності праці, середнього рівня фондівіддачі та матеріалівіддачі. Вона характеризує середню кількість продукції на одиницю витраченої праці, засобів та предметів праці;

2) гранична ефективність використання ресурсів показує скільки додаткових одиниць продукції приносить додаткова одиниця витраченої праці, засобів праці та предметів праці;

3) еластичність випуску продукції за факторами виробництва демонструє, на скількох відсотків збільшиться обсяг випуску швейної продукції під час збільшення витрат праці та засобів виробництва на один відсоток.

Отже, за даними таблиці 3 ми бачимо, що середня ефективність використання ресурсів швейної фабрики не була постійною: ефективність використання основних фондів з 2014 р. до 2019 р. скорочувалась; протягом останніх двох років погіршується ефективність персоналу та предметів праці.

Гранична ефективність показує, на скільки збільшиться обсяг виробництва верхнього одягу, якщо використання ресурсів зросте на одну одиницю. Отже, у 2019 р. за зростання на одиницю вартості засобів праці обсяг товарної продукції зросте на 4,08 тис. грн, за рахунок предметів праці – на 2,87 тис. грн, а скорочення чисельності персоналу на одиницю призведе до зростання обсягу випуску на 38,49 тис. грн, що пояснюється дією інших чинників, зокрема продуктивністю праці (які не включено у модель). Якщо перед нами постає проблема, що слід зробити щоб збільшити обсяг виробництва верхнього одягу на підприємстві швейної галузі, то зважаючи на вище значення граничної ефективності за чисельністю персоналу та вартістю фондів варто корегувати ці чинники.

Наступним показником аналізу є еластичність випуску продукції за факторами виробництва. Для мультиплікативної виробничої функції вона дорівнює значенню параметра моделі. Вона означає, що за зростання на один відсоток вартості основних виробничих фондів та матеріальних ресурсів обсяг виробництва верхнього одягу зросте на 0,59 % та 0,42 % відповідно, а скорочення на один відсоток чисельності персоналу призведе до зростання обсягу товарної продукції швейної фабрики на 0,30 %.

Норматив заміщення ресурсів показує у якій пропорції обрані ресурси є взаємозамінними про одному і тому самому випуску. Цей показник розраховується для пари показників, оскільки у нас застосовується три види ресурсів, то показників буде декілька. Зокрема, у звітному році норматив заміщення показує, що зменшення використання персоналу на одну одиницю призведе до зростання застосування основних фондів на 9,44 тис. грн, а скорочення використання матеріалів на одиницю дозволить збільшити використання основних фондів на 0,7 тис. грн та на 0,07 тис. грн за рахунок зміни персоналу. При цьому обсяг випуску верхнього одягу не зміниться.

Оскільки побудована модель (6) є адекватною, то можна здійснити прогноз на 2020 р., за зростання на один відсоток вартості основних фондів та матеріальних ресурсів і скорочення чисельності персоналу. При цьому обсяг виробництва верхнього одягу буде становити 38854 тис. грн, що на 0,71 % вище за розрахункове значення звітнього року, однак на 2,7 % менше за фактичні дані 2019 р. За даними таблиці 3 ми бачимо, що середня ефективність використання основних фондів не змінилась, а ефективність персоналу та предметів праці зросла; гранична ефективність взаємозв'язок зберігає аналогічно даним звітнього року та норматив заміщення ресурсів не змінився (рис. 3).

Обсяг товарної продукції, тис.грн

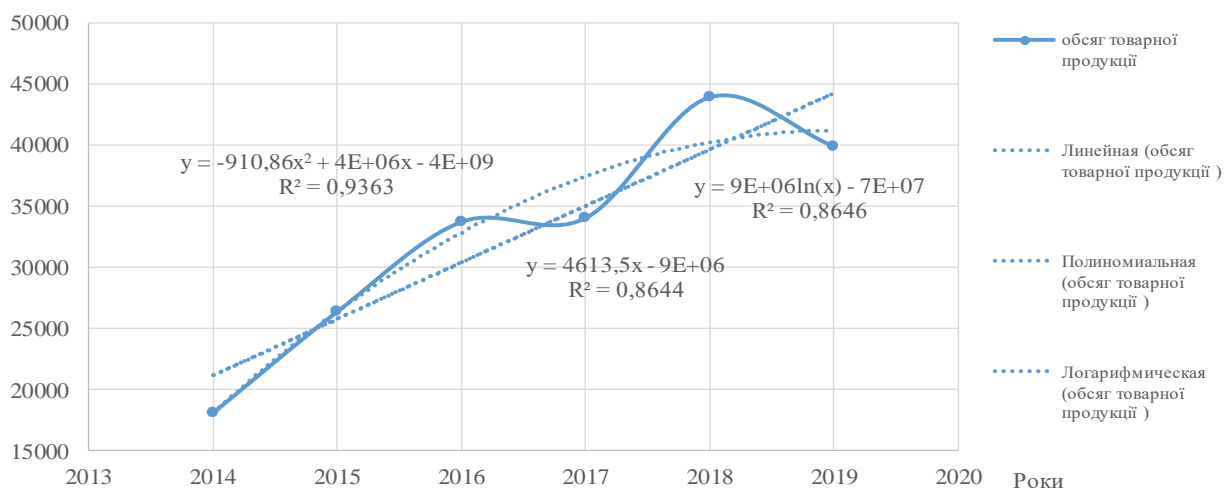


Рис. 3. Динаміка обсягу товарної продукції швейної фабрики

Досліджуючи вплив часового фактору на зміну результату виробничої діяльності (рисунок 3), за лінійною, поліноміальною та логарифмічними залежностями, встановлено найкращий вигляд функції, що описує цю зміну – поліноміальної залежності.

Визначення впливу часового фактору на зміну обсягу товарної продукції здійснено за поліноміальною залежністю та отримано наступну трендову модель (Y_t):

$$Y_t = 8037,61 + 10989,50t - 910,86t^2. \quad (7)$$

У цій моделі значення коефіцієнта детермінації (R^2) високе і становить 0,9663. Воно засвідчує, що на 96,63 % часовий фактор чинить вплив на зміну обсягу товарної продукції. Достовірність параметрів трендової залежності (7) оцінено за критерієм Стюдента. За цим критерієм достовірним є лише критерій першого параметра (a_1), оскільки його розрахункове значення 3,26 вище за його табличне значення (3,18). Побудована модель (7) є адекватною за критерієм Фішера (розрахункове значення 22,03 більше за його табличне значення 9,55), тому за нею теж варто здійснити прогнозування зміни обсягу випуску швейних виробів (табл. 4 та рис. 4).

Таблиця 4

Динаміка фактичних, змодельованих та прогнозних значень обсягу виробництва верхнього одягу швейної фабрики за моделлю (7) та моделлю (2)

Показники	Абсолютне значення за роками								
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Часовий фактор	t	1	2	3	4	5	6	7	8
	t^2	1	4	9	16	25	36	49	64
Обсяг товарної продукції, тис. грн.	Фактичні дані	18160	26408,1	33722	34034,2	43890	39903	–	–
	Розрахункові та прогнозні дані	18116	26373	32808	37422	40214	41184	40332	37659
	Степенева залежність	18288	26380	34985	33051	44975	38421	34950	18288

Обсяг товарної продукції, тис. грн

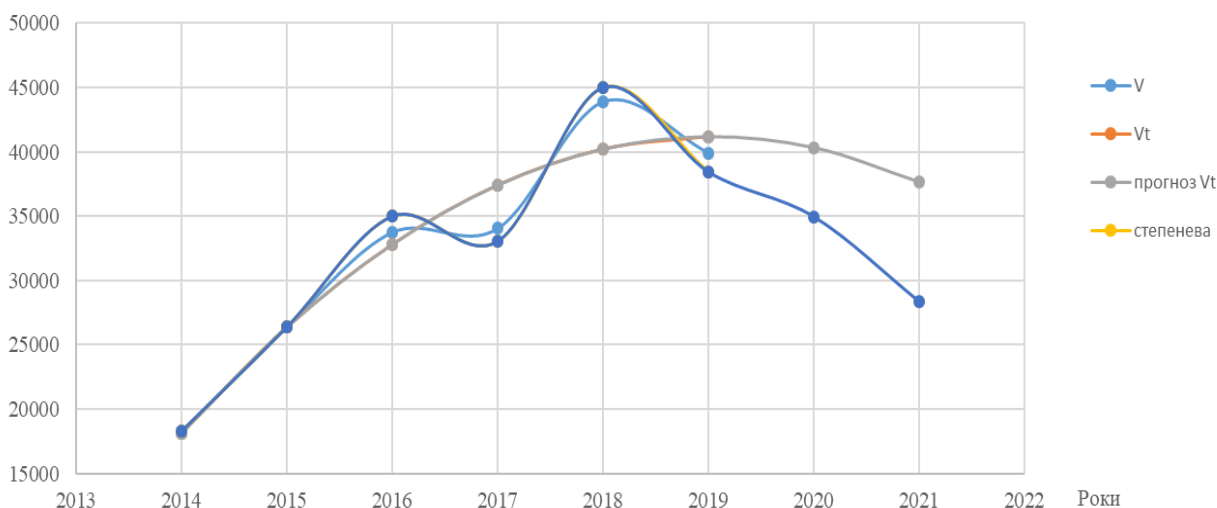


Рис. 4. Динаміка обсягу товарної продукції швейної фабрики за моделями (2) та (7)

Як видно з таблиці 4 та рис. 4 змодельовані значення наближаються до фактичного розміру обсягу товарної продукції швейного підприємства, проте прогнозні значення мають тенденцію до скорочення. Це вказує на те, що менеджменту варто покладатися на економічні розрахунки підвищення обсягу випуску продукції, а не на часовий фактор.

Позитивний результат прогнозування обсягу товарної продукції швейного підприємства було отримано за застосування експертного прогнозування зміни факторів використавши степеневу залежність (модель (2)) та мультиплікативна виробнича функція (модель (6)).

Отже, у ході моделювання результатів виробничої діяльності щодо зміни ресурсного потенціалу на підприємстві швейної галузі отримано економетричні та трендова моделі, які дозволяють у певний момент часу, на основі даних фінансової звітності суб'єкта господарювання, виявити стан та ефективність виробничої діяльності та прийняти вірне рішення щодо подальшого його розвитку у цьому напрямку. Ці моделі можуть бути корисними не лише власникам швейного підприємства, але і зовнішнім стейкхолдерам для подальшої співпраці.

Література

1. Наконечний С. І. Економетрія : навч. посібник / С. І. Наконечний. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 552 с.
2. Офіційна інформація про ПрАТ «Хмельницька швейна фабрика «Лілея» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smida.gov.ua/db/prof/00308637>

-
3. Савченко А. Г. Макроекономіка : підручник / А. Г. Савченко. – Київ : КНЕУ, 2007. – 448 с.
 4. Гриньова В. М. Оптимізація вартості складових ресурсного потенціалу підприємства : монографія / В. М. Гриньова, М. М. Салун. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 236 с.

References

1. Nakonechnyi S. I. Ekonometriia : navch. posibnyk / S. I. Nakonechnyi. – Kyiv : Vyd-vo Yevrop. un-tu, 2005. – 552 s.
2. Ofitsiina informatsiia pro PrAT «Khmilnytska shveina fabryka «Lileia» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://smida.gov.ua/db/prof/00308637>
3. Savchenko A. H. Makroekonomika : pidruchnyk / A. H. Savchenko. – Kyiv : KNEU, 2007. – 448 s.
4. Hrynova V. M. Optymizatsiia vartosti skladovykh resursnoho potentsialu pidpriemstva : monohrafiia / V. M. Hrynova, M. M. Salun. – Kharkiv : KhNEU im. S. Kuznetsia, 2015. – 236 s.

Надійшла / Paper received: 04.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

У статті розглянуто теоретичні підходи до розуміння фінансової безпеки. Досліджено фінансові характеристики економічної безпеки підприємства. Обґрунтовано ознаки фінансової безпеки. Окреслено фінансову складову економічної безпеки підприємства за характеристиками фінансової звітності. Визначено характеристики фінансової безпеки у розрізі форм звітності. Окреслено напрями дослідження фінансової безпеки за її характеристиками.

Ключові слова: економічна безпека, фінансова безпека, фінансова звітність, фінансові характеристики, фінансові результати, фінансовий стан.

RZAEV G., SHEVCHUK M.

Khmelnitskyi National University

DIRECTIONS OF ANALYSIS OF FINANCIAL CHARACTERISTICS OF ECONOMIC SECURITY ACCORDING TO FINANCIAL STATEMENTS

The purpose of the article is to investigate the understanding of the concept of "financial security" and justify the financial characteristics of economic security in terms of financial statements. The article deals with theoretical approaches to understanding financial security. The financial characteristics of economic security of the enterprise are investigated. Considered as a security level of the enterprise. It is presented as the ability of an enterprise to function effectively. It is defined as the ability to provide sustainable growth and further development. Emphasized on the ability to promote the protection of the financial interests of the enterprise at all levels of development. It is presented as the ability of an enterprise to withstand threats. The financial security features are substantiated. The security of the financial condition is determined. Financial security is defined as the state of assets and liabilities of an enterprise. It is defined as the state of optimal capital structure. It is suggested to study how the level of financial resources of the enterprise. It is considered as a state of efficiency of use of financial and economic resources. It is substantiated as a characteristic of the current financial state of the enterprise. The state of stable development of the enterprise is considered. Presented as a state of profitability and profit. It is defined as the degree of protection of financial interests at all levels of financial relations. The financial component of the economic security of the enterprise according to the characteristics of financial statements is outlined. The grounds for the characteristics of the financial condition are substantiated. Presented as assets, liabilities and liquidity. The features on the characteristics of the process of formation of financial results are substantiated. The characteristics of financial security in terms of reporting forms are defined. The directions of the study of financial security according to its characteristics are outlined. A systematic approach to assessing the level of financial threats is proposed.

Keywords: economic security, financial security, financial reporting, financial characteristics, financial results, financial condition.

Вступ. Негативний вплив світової фінансової кризи відобразився на умовах функціонування підприємств малого бізнесу. Ринкова ситуація, що склалася, значно обумовлює функціонування малих підприємств. Умови господарювання впливають на їх самостійність, ліквідність, платоспроможність, на обсяги та види залучених фінансових ресурсів, на збут виготовленої продукції та здійснених послуг. Ситуація, що склалася, певною частиною обумовлює також обсяги та процес формування фінансових результатів і відповідно рівень фінансової безпеки. Відповідно аналіз фінансової безпеки набуває важливого значення при оцінці рівня економічної безпеки за характеристиками фінансової звітності.

Рівень фінансової безпеки підприємства обумовлюється, в першу чергу, рівнем його захищеності. Рівень захищеності підприємства впливає на його ефективне функціонування та розвиток на перспективу. Стан фінансової безпеки формує спроможність підприємства до його розвитку, до його можливості чинити супротив та одночасно запобігати можливості прояву загроз підприємства. Стан безпеки малого підприємства значною мірою залежить від рівня забезпечення фінансовими ресурсами (власними та запозиченими). Зазначені ознаки фінансової безпеки знаходять своє відображення в показниках фінансової звітності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Фінансова безпека є вагомим елементом функціонування ринкової системи. Вітчизняні та зарубіжні науковці значну увагу приділяють проблемам забезпечення та підтримки фінансової безпеки на всіх рівнях господарювання. Питанням оцінювання та забезпечення фінансової безпеки приділяли увагу в своїх дослідженнях такі науковці, як М. Андрющенко, О.В. Ареф'єва, О.І. Барановський, С. Іванюти, В.К. Горячева, І. Грушко, Л. Наумової, О. Озаріна, В. Роздобудько, В.В. Прохорова, О. Шевчук, Й. Шумпетер та ін. Окремі науковці у своїх працях розглядають показники фінансового стану. Інші характеризують фінансову безпеку як стан захищеності та протистояння. Частина науковців під час оцінки фінансової безпеки розглядають характеристики конкурентоспроможності. Значна частина науковців у своїх дослідженнях фінансової безпеки базується на ресурсно-функціональному підході. Як видно, думки науковців значно різняться. Розбіжності теоретичних підходів обумовлюють різні напрями дослідження фінансової безпеки. Ситуація, що склалася, підкреслює актуальність теми та обумовлює мету дослідження.

Мета статті. Дослідження розуміння суті поняття «фінансова безпека» та окреслення фінансових характеристик економічної безпеки за показниками фінансової звітності.

Основна частина. Фінансова звітність є вагомим характеристикою діяльності підприємства. Показники фінансової звітності окреслюють фінансово-економічні характеристики функціонування підприємства. Фінансова безпека напряму залежить саме від фінансових характеристик діяльності підприємства, які представлені у фінансовій звітності. Фінансова безпека представляє рівень захищеності підприємства; спроможність підприємства ефективно функціонувати; здатність забезпечувати стійкий зріст та подальший розвиток; змогу сприяти захисту фінансових інтересів підприємства на усіх рівнях розвитку; спроможність підприємства протистояти загрозам та ін. Так, О.І. Барановський розглядає фінансову безпеку як ступінь захищеності фінансових інтересів підприємства на всіх рівнях фінансових відносин або рівень забезпеченості його фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення його потреб і виконання існуючих зобов'язань [1, с. 84]. Погоджуємося з думкою автора і окреслимо фінансову безпеку як стан захищеності фінансових інтересів та рівень достатньої забезпеченості фінансовими ресурсами.

На думку Е.А. Олейникова, фінансова безпека представляє стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, яке виражене у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності бізнесу, якості управління і використання основних та оборотних засобів підприємства, структури його капіталу, норми дивідендних виплат за цінними паперами підприємства, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив її технологічного і фінансового розвитку [2]. Вважаємо за доцільне підкреслити, що зазначене визначення є найбільш слушним, але при тому має певні недоліки. Ми підтримуємо думку, що фінансова безпека – стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, що представлений показниками прибутковості та рентабельності бізнесу, стан основних та оборотних засобів та капіталу підприємства, характеристика поточного фінансово-господарського стану підприємства, запорука перспектив розвитку підприємства.

О. Е. Пономаренко у своїх дослідженнях фінансову безпеку підприємства розглядає як визначений якісно та кількісно рівень фінансового стану підприємства та діяльність, направлену на досягнення даного стану, який характеризується збалансованістю і якістю використання фінансових інструментів економічної системи та забезпечує її здатність реалізувати свою місію й забезпечувати стабільний розвиток, витримуючи негативний вплив зовнішніх та внутрішніх дестабілізуючих факторів [4]. Вважаємо за доцільне наголосити, що частково погоджуємося з визначенням автора і підтримуємо його в частині, що фінансова безпека представляє собою певний фінансовий стан підприємства, що забезпечить здатність стабільного розвитку, та спроможність протидіяти впливу зовнішніх та внутрішніх дестабілізуючих факторів.

На нашу думку, є слушним визначення Фролова С.М., який представляє фінансову безпеку як фінансовий стан, що дозволить забезпечувати оптимальну структуру активів підприємства та джерел їх формування, що буде сприяти ефективності використання фінансово-економічних ресурсів підприємства та його стабільному розвитку на перспективу [5]. Підтримуємо запропоновані окремі характеристики фінансової безпеки, а саме: стан оптимальної структури активів підприємства та джерел їх формування, стан ефективного використання фінансово-виробничих ресурсів, стан стабільного розвитку на перспективу.

Узагальнюючи існуючі теоретичні підходи, вважаємо за доцільне наголосити, що фінансова безпека, з одного боку, представляє собою певний фінансовий стан, що обумовлений станом активів та пасивів підприємства (станом оптимальної структури капіталу), що підтримується відповідним рівнем забезпечення фінансових ресурсів підприємства та гарантує ступінь захищеності фінансових інтересів на всіх рівнях фінансових відносин. За окресленими характеристиками фінансова безпека може бути оцінена у розрізі показників звіту про фінансовий стан. З іншого боку, фінансова безпека, на нашу думку, представляє собою характеристику поточного фінансово-господарського стану підприємства, який відображає стан ефективності використання фінансово-економічних ресурсів, що забезпечує певний рівень прибутковості й рентабельності діяльності господарюючого суб'єкта та сприяє його подальшому розвитку. У даному визначенні здебільшого ми можемо під час оцінки фінансової безпеки використовувати показники як звіту про фінансові результати, так і показники звіту про фінансовий стан (рис. 1).

Характеристики фінансової безпеки підприємства	Фінансовий стан підприємства
	Стан активів та пасивів підприємства (стан оптимальної структури капіталу)
	Рівень забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами
	Стан ефективності використання фінансово-економічних ресурсів
	Характеристика поточного фінансово-господарського стану підприємства
	Стан стабільного розвитку підприємства
	Ступінь захищеності фінансових інтересів на всіх рівнях фінансових відносин
	Стан прибутковості та рентабельності діяльності

Рис. 1. Характеристики фінансової безпеки підприємства

Грунтуючись на запропонованих визначеннях, згрупуємо напрями оцінки економічної безпеки, за характеристиками та у розрізі показників фінансової звітності (основні з них представлено на рис. 2).

Відповідно до спрямування площин досліджень показників звіту про фінансовий стан та фінансові результати є доцільним конкретизувати напрями дослідження фінансової складової економічної безпеки (рис. 3). Так, стосовно показників звіту про фінансові результати є доцільним окреслити такі уточнення, а саме:

- дослідження процесу формування показників витрат, доходів, фінансових результатів;
- оцінка стану, структури та інтенсивності динаміки показників витрат, прибутків, збитків та доходів підприємства;
- діагностика можливостей покращення фінансових результатів, відповідно до ефективності використання ресурсів підприємства;
- дослідження впливу факторів на динаміку показників доходів та прибутків підприємства;
- визначення невикористаних можливостей (резервів) зростання (оптимізації) сум доходів та прибутків підприємства;
- пошук та розробка оперативних управлінських рішень щодо оптимізації сум витрат, доходів та прибутків підприємства з метою покращення його діяльності та ін.

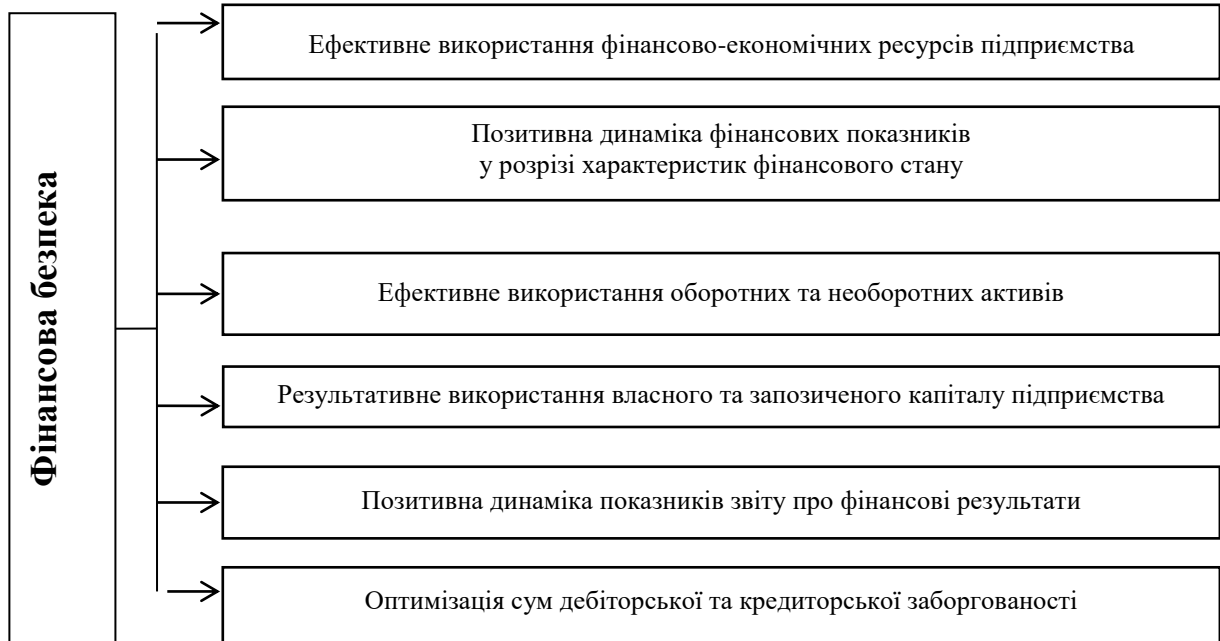


Рис. 2. Фінансова складова економічної безпеки підприємства за характеристиками фінансової звітності

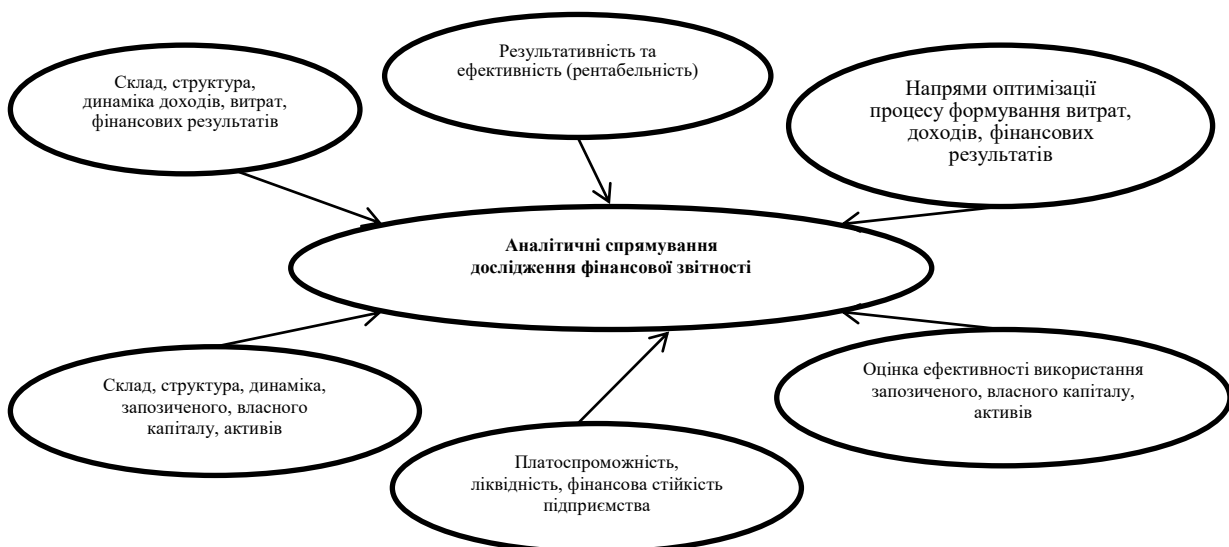


Рис. 3. Узагальнені напрями дослідження фінансової складової економічної безпеки підприємства за показниками фінансової звітності

Так, стосовно показників звіту про фінансовий стан, є доцільним виокремити такі спрямування щодо їх дослідження, а саме:

- загальна оцінка динаміки показників запозиченого, власного капіталу та активів підприємства;
- оцінка динаміки структури показників запозиченого, власного капіталу та активів підприємства;
- діагностика характеристик платоспроможності та ліквідності підприємства;
- оцінка стану та структури кредиторської й дебіторської заборгованостей;
- аналіз ефективності використання запозиченого, власного капіталу та активів підприємства та ін.

Проведені дослідження дали змогу зауважити, що фінансова безпека є комплексною характеристикою діяльності підприємства. Стан фінансової безпеки, у розрізі запропонованих характеристик, є відображенням результативності діяльності підприємства, саме за характеристиками фінансового стану та за характеристиками ефективності використання ресурсів. Важливим за сучасних умов господарювання є дослідження економічної безпеки за фінансовими характеристиками, саме за системними характеристиками ефективності та результативності діяльності підприємства.

Висновки. За умов нестабільності функціонування фінансова безпека є системною узагальненою характеристикою, що може бути представлена двома напрямками оцінки, а саме за характеристиками фінансового стану та за характеристиками формування фінансових результатів. За характеристиками фінансового стану економічна безпека за фінансовими ознаками представляє собою стан активів та джерел їх формування, які підтримують фінансову стійкість підприємства та певний рівень його успішності функціонування. За показниками звіту про формування фінансових результатів доцільно виокремити такі напрями:

- оцінка та діагностика складу, структури, динаміки доходів, витрат, фінансових результатів;
- аналіз результативності та ефективності (рентабельності) функціонування;

– розробка та обґрунтування напрямів оптимізації процесу формування витрат, доходів, фінансових результатів.

За показниками звіту про фінансовий стан доцільно виокремити такі напрями:

– діагностика та оцінка складу структури, динаміки, запозиченого, власного капіталу, активів підприємства;

- діагностика та аналіз платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості підприємства;
- оцінка ефективності використання запозиченого, власного капіталу, активів.

Запропоновані напрями досліджень фінансових характеристик економічної безпеки дадуть змогу системно та комплексно встановити можливі загрози й ризики щодо фінансового стану підприємства та процесу формування його витрат і доходів. Такий підхід дозволить здійснювати оперативний моніторинг стану активів, пасивів, фінансових результатів підприємства, запобігти виникненню можливих загроз підприємству та унеможливити ймовірність його банкрутства.

Література

1. Барановський О.І. Фінансова безпека / О.І. Барановський ; Ін-т екон. прогнозування. – Київ : Фенікс, 1999. – 338 с.
2. Олейникова Е.А. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / под ред. Е.А. Олейникова. – М., 2007. – 288 с.
3. Пономаренко О.Е. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємств / О.Е. Пономаренко // Економіка розвитку. – 2010. – № 1 (53) – С. 77–80.
4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібник / Г. В. Савицька. – [3-є вид., випр. і доп.]. – Київ : Знання, 2007. – 668 с.
5. Фролова С.М. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних спеціальностей] / за заг. ред. С.М. Фролова. – Суми : ДВНЗ УАБС НБУ, 2015. – 332 с.

References

1. Baranovskyi O.I. Finansova bezpeka / O.I. Baranovskyi ; In-t ekon. prohnouvan'nia. – Kyiv : Feniks, 1999. – 338 s.
2. Olejnikova E.A. Osnovy ekonomicheskoy bezopasnosti (Gosudarstvo, region, predpriyatie, lichnost) / pod red. E.A. Olejnikova. – M., 2007. – 288 s.
3. Ponomarenko O.E. Teoretichni aspekty finansovoi bezpeky pidpriemstv / O.E. Ponomarenko // Ekonomika rozvytku. – 2010. – № 1 (53) – S. 77–80.
4. Savyt'ska H.V. Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva : navch. posibnyk / H. V. Savyt'ska. – [3-ye vyd., vypr. i dop.]. – Kyiv : Znannia, 2007. – 668 s.
5. Frolova S.M. Upravlinnia finansovoiu bezpekoiu ekonomichnykh subiektiv [navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv ekonomichnykh i yurydychnykh spetsialnostei] / za zah. red. S.M. Frolova. – Sumy : DVNZ UABS NBU, 2015. – 332 s.

Надійшла / Paper received: 22.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020

УДК 338.48:658

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-30

СКОРОБОГАТА Л. В., РОДІОНОВА І. В.

Хмельницький національний університет

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Стаття присвячена питанням стратегії кластеризації соціально-економічних систем як ефективного інструменту забезпечення належного рівня національної безпеки. Виокремлено основні проблеми, що стримують процес кластеризації та становлять загрозу національній безпеці держави. З'ясовано сутність кластерної політики, імплементація якої відбувається на основі кластерних програм. Розроблено концептуальні основи розробки стратегії кластеризації соціально-економічних систем в контексті національної безпеки України, що передбачають виокремлення таких складових, як загальна структура, основні завдання та інструменти стратегії кластеризації.

Ключові слова: кластери, кластеризація соціально-економічних систем, кластерна програма, національна безпека, державне регулювання.

SKOROBHATA L., RODIONOVA I.

Khmelnitskyi National University

DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR CLUSTERIZATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS IN THE CONTEXT OF NATIONAL SECURITY OF UKRAINE

National security is a complex and multifaceted phenomenon that ensures the stability of political, economic, diplomatic, military and other spheres in the state. The processes currently taking place in our country impose certain restrictions on the growth and development of all spheres of public life, thus creating a critical threat to Ukraine's national security. In order to reduce the negative effects of globalization, the level of threats to national security, on the one hand, and to create conditions for the development of innovative ideas and increase competitiveness - on the other, it is necessary to develop a strategy for clustering socio-economic systems.

The article is devoted to the strategy of clustering of socio-economic systems as an effective tool for ensuring the appropriate level of national security. It is proved that the strategy of clustering of socio-economic systems should be an effective incentive for the state to develop effective steps towards ensuring its national security. The main problems that hinder the clustering process and pose a threat to the national security of the state are identified. It is determined that the formation of the relevant strategy should include strategic goals that must be achieved by taking into account the existing external conditions, resources and needs within the framework of the goal, as well as tasks that should meet existing resources and goals. The essence of cluster policy, which is implemented on the basis of cluster programs, is clarified. Conceptual bases of development of strategy of clustering of social and economic systems in the context of national security of Ukraine are developed that provide allocation of such components as the general structure, the basic tasks and tools of strategy of clustering.

Key words: clusters, clustering of socio-economic systems, cluster program, national security, state regulation.

Постановка проблеми. Національна безпека є тим складним та багатограним явищем, що забезпечує стабільність політичної, економічної, дипломатичної, військової та інших сфер в державі. Ті процеси, що наразі відбуваються у нашій державі, вносять певні обмеження у зростання та розвиток всіх сфер суспільного життя, створюючи тим самим критичну загрозу національній безпеці України. З метою зниження негативних наслідків глобалізації, рівня загроз національній безпеці держави, з однієї сторони, а також створення умов для розвитку інноваційних ідей та зростання рівня конкурентоспроможності – з іншої, необхідною є розробка стратегії кластеризації соціально-економічних систем як інструменту забезпечення національної безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд теоретико-методологічних та методичних основ забезпечення кластеризації соціально-економічних систем свідчить, що в науковому середовищі ці питання досліджуються досить широко. Зокрема, вагомий внесок у дослідження питань розвитку кластерів соціально-економічних систем здійснили А. О. Бондаренко, В. П. Ільчук, Ю. С. Кирилов, К. Ф. Ковальчук, Р. П. Косодій, І. В. Лисенко, О. О. Маслак, К. О. Меркулов, Є. В. Мішенін, А. О. Осаул, І. О. Хоменко, О. М. Шевченко та багато інших. У роботах цих авторів розкрито проблематику обґрунтування основних аспектів забезпечення процесів кластеризації соціально-економічних систем.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Незважаючи на вагомий внесок вчених щодо дослідження і розробленості окресленої проблематики, все ж не до кінця вирішеними є питання щодо формування та реалізації стратегії кластеризації соціально-економічних систем як ефективного інструменту забезпечення належного рівня національної безпеки за умов деструктивних наслідків глобалізації та міжнародної інтеграції. Саме кластеризація соціально-економічних систем здатна суттєво знизити ризики та загрози національній безпеці України. Врахування сучасних напрямів розробки стратегії кластеризації соціально-економічних систем, розширення окремих аспектів її застосування, зумовили актуальність та практичну значущість теми даної роботи.

Формування цілей статті. Метою дослідження є визначення концептуальних засад стратегії кластеризації соціально-економічних систем як ефективного інструменту забезпечення належного рівня національної безпеки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як показує світова практика, формування та реалізація кластеризації соціально-економічних систем з метою підтримання належного рівня національної безпеки держави, має здійснюватись на основі розробки відповідної стратегії. Стратегія кластеризації соціально-економічних систем має виступати ефективним стимулом до розробки дієвих кроків державою в напрямі забезпечення її національної безпеки. Таким чином, стратегія кластеризації соціально-економічних систем є розрахованою на тривалий період часу цілісною системою дій всіх учасників кластерного процесу, спрямованих на формування та розвиток кластерів з урахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх факторів [1].

В цілому, якщо розглядати національну безпеку нашої держави, то варто зауважити, що наслідки фінансово-економічних криз, втрати території та воєнних подій на сході України значно послабили рівень національної безпеки. Свідченням негативної тенденції є скорочення обсягів виробництва, втрата науково-технічного потенціалу, зниження активізації інвестиційної діяльності, процвітання тіньового сектору економіки, падіння рівня добробуту населення. Сукупність приведених вище факторів становить суттєву загрозу для національної безпеки України.

Крім того, варто виокремити ті показники, що не відповідають пороговим значенням, тобто граничним величинам, порушення яких загрожує стабільності національної безпеки держави [2]: наявність державного боргу та дефіцит бюджету. На зростання витрат відносно ВВП впливає політика підтримки внутрішнього попиту і здійснення додаткових заходів з підтримки фінансової системи; низька частка науково-виробничих інвестицій. В Україні в цілому яскраво виражена сировинна модель розвитку; висока частка населення з доходами нижче прожиткового мінімуму.

Разом із тим, Україна забезпечена усіма умовами для кластеризації соціально-економічних систем: розвиненість фінансової системи, наявність сучасної інфраструктури, кадрової бази, мережових і асоціативних структур, досвід регіонального самоврядування і планування.

Кластеризація соціально-економічних систем забезпечує синергетичний ефект і дає змогу усунути багато перешкод для бізнесу, до яких слід віднести бюрократію, адміністративні бар'єри, брак інвестицій і трудових ресурсів, високе податкове навантаження (особливо заважає розвитку кооперування та аутсорсингу ПДВ), скорочення кількості посередників. Зважаючи на сучасний стан розвитку кластеризації соціально-економічних систем, формування відповідної стратегії має містити стратегічні цілі, які мають бути досягнуті за рахунок врахування наявних зовнішніх умов, ресурсів і потреб у межах реалізації поставленої мети, а також завдання, які мають відповідати існуючим ресурсам та досягненим цілям [1; 3].

Що стосується індикаторів ефективності реалізації стратегії, то ними мають бути кількісно та/або якісно вимірювані показники, які забезпечують оцінювання ефективності реалізованих заходів і на основі аналізу показників дозволяють скоригувати напрями та заходи щодо розвитку кластерів в економіці [4].

Здійснити узагальнення принципів державного регулювання процесів, спрямованих на реалізацію стратегічних завдань у сфері кластеризації соціально-економічних систем має кластерна політика. Така політика передбачає консолідацію зусиль органів державної влади та управління, установ та організацій наукового, виробничого, громадського та інших секторів, в напрямі посилення існуючих та створення умов для створення нових кластерів в економіці. Традиційно імплементація кластерної політики реалізується на основі кластерних програм – алгоритм дій органів державної влади та управління щодо забезпечення соціальної, економічної, організаційної та іншої підтримки кластерних ініціатив на національному рівні (див. рис. 1).

Державна підтримка реалізованим у рамках стратегії кластеризації соціально-економічних систем в контексті національної безпеки України має базуватися на вивченні результатів їхньої діяльності, які мають відображатися у щорічних звітах кожного кластера. Розвиток кластеризації соціально-економічних систем залежить від структури та співвідношення базових елементів, рівня розподілу та ефективності використання наявних ресурсів. Крім того, для ефективного забезпечення кластеризації соціально-економічних систем необхідною є наявність мережі зовнішніх зв'язків.

Виникнення складних зовнішніх зв'язків обумовлено взаємодією органів державної влади та управління, бізнесу, а також наукових, освітніх, фінансових та інших установ зі створення нового або розвитку існуючого кластера у межах одного регіону.

Висновки та перспективи подальших досліджень. За результатами досліджень можна дійти висновку, що досягнення належного рівня національної безпеки України є можливим завдяки впровадженню дієвої стратегії кластеризації соціально-економічних систем, яка дозволяє підвищувати її стан та досягати стабільності на основі своєчасного реагування на існуючі відхилення, сприяючи розвиненню та збільшенню конкуренції України у міжнародному середовищі. Саме кластерний підхід під час розробки державної економічної політики щодо розвитку соціально-економічних систем здатний змінити ситуацію в напрямі розвитку виробництва та розширення ринків, а також збільшення зусиль щодо розвитку інноваційного потенціалу в напрямі посилення національної безпеки держави. У зв'язку із цим, подальших досліджень вимагає розробка структурно-логічної моделі кластеризації соціально-економічних систем та моніторинг показників національної безпеки України.

Стратегія кластеризації соціально-економічних систем в контексті національної безпеки України

Загальна структура стратегії кластеризації соціально-економічних систем

1. Формування основних термінів; визначення принципів організації та взаємодії кластеризації соціально-економічних систем; основні моделі кластеризації.
2. Аналіз зарубіжного досвіду кластеризації соціально-економічних систем та формування висновків щодо очікуваних переваг від кластеризації для національної безпеки України.
3. Оцінка інноваційного потенціалу кластеризації та виявлення існуючих регіональних промислових кластерів.
4. Визначення внутрішніх і зовнішніх чинників у діагностиці умов та перспектив кластеризації соціально-економічних систем у забезпеченні національної безпеки України.
5. Формування стратегічних цілей на основі встановлення довгострокових результатів, що мають бути досягнуті

Інструменти стратегії кластеризації соціально-економічних систем

1. Створення та підтримка платформ для розвитку процесів кластеризації: операційні витрати та витрати на професійний менеджмент та персонал кластерних організацій; надання їм консультативної підтримки, включаючи можливості участі в державних програмах та стану ринкової кон'юнктури; популяризацію та поширення інформації про кластер всередині країни та за кордоном.
2. Фінансування НДДКР, освітніх, інноваційних проектів та програм окремих кластерів на основі підтримки спільних проектів, реалізованих у рамках кластерів.
3. Забезпечення державою значних прямих та непрямих витрат на розвиток кластерів: створення сприятливого для розвитку кластерів бізнес-середовища: використання спеціальних режимів діяльності на території базування кластера, удосконалення фізичної, інноваційної, підприємницької інфраструктури тощо

Основні завдання реалізації стратегії кластеризації соціально-економічних систем

1. Підтримка кластерних ініціатив у пріоритетних для держави напрямках, які мають найбільший інноваційний та виробничий потенціал.
2. Координація міжінституційних зв'язків між усіма складовими: владою, бізнесом, науковими установами, фінансовими інститутами та громадськістю; розвиток комунікацій, ініціювання спільних проектів, створення майданчиків для обміну досвідом та залучення нових учасників, забезпечення діяльності спеціалізованих кластерних організацій.
3. Державна підтримка щодо забезпечення в обмеженій кількості промислових кластерів, які мають найбільші перспективи або вже демонструють найкращі результати.
4. Стимулювання інноваційних процесів у кластерних мережах – спільне фінансування проектів у сфері досліджень, розробок та інновацій, розбудова інноваційної інфраструктури.
5. Зосередження на залученні до кластерів малих та середніх інноваційних підприємств, які в усьому світі є найважливішими генераторами інновацій у промисловості.
6. Інтернаціоналізація кластерних процесів – інтеграція кластерів у глобальні ланцюги доданої вартості, залучення міжнародних експертів для надання консультативної підтримки при формуванні кластерів, забезпечення участі в міжнародних науково-технічних програмах та проектах, пошук іноземних партнерів для вітчизняних кластерів.
7. Розробка індикаторів ефективності реалізації стратегії – кількісні та/або якісні показники, які дозволять оцінити ефективність реалізованих заходів і на основі аналізу показників скоригувати напрями та заходи щодо розвитку кластерів в економіці.
8. Забезпечення високої гнучкості кластерної програми та можливості її адаптації до мінливих соціально-економічних умов, здатності швидко реагувати на зміни у технологічному середовищі, відкритості до запровадження нових механізмів менеджменту.
9. Забезпечення науково-дослідною базою для досліджень у рамках кластерів та впровадження інновацій, участь держави у здійсненні досліджень щодо економічної доцільності розробки того чи іншого інноваційного продукту та перспектив його комерціалізації.
10. Відбір проектів, які мають найбільші перспективи інтернаціоналізації та включення до глобальних інноваційних мереж через залучення прямих іноземних інвестицій, трансфер технологій та розвиток співробітництва з іноземними кластерами.
11. Формування ефективної системи зв'язків між суб'єктами формування та реалізації кластерної політики, а також системи відносин між цими суб'єктами та їх повноваження.
12. Планування поступового зменшення бюджетної фінансової підтримки у ході реалізації кластерної програми.
13. Визначення чітких критеріїв вимірювання поточних та кінцевих результатів діяльності кластерів, встановлення реалістичних індикаторів виконання запланованих показників як на рівні окремих кластерів, так і на рівні програми в цілому

**Рис. 1. Концептуальні основи розробки стратегії кластеризації соціально-економічних систем
в контексті національної безпеки України**

*складено автором на основі [4–7]

Література

1. Кирилов Ю. С. Кластери як інструмент підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації [Електронне видання] / Ю. С. Кирилов // Ефективна економіка. – 2013. – № 12. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2608>
2. Шевченко О. М. Кластеризація як засіб інноваційного розвитку України й бар'єри її реалізації / О. М. Шевченко // Гілея : Науковий вісник Нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова. – 2013. – Вип. 73 (№ 6). – С. 50–51.
3. Маслак О. О. Оцінювання безпеки інноваційного розвитку в умовах кластеризації національної економіки / О. О. Маслак // Економічні інновації. – 2013. – Вип. 52. – С. 160–170.
4. Осаул А. О. Національна економічна безпека в умовах глобалізації / А. О. Осаул, К. О. Меркулов // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 2. – С. 157–166.
5. Ільчук В.П. Кластерна стратегія розвитку економіки регіону : монографія / В. П. Ільчук, І. О. Хоменко, І. В. Лисенко ; Черніг. держ. технол. ун-т. – Чернігів : ЧДТУ, 2013. – 367 с.
6. Розвиток регіонів України на базі кластеризації : монографія / під заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ : ЛАНДОН-XXI, 2012. – 392 с.
7. Мішенін Є. В. Глобальне середовище та фінансово-економічна нестабільність : монографія / Є. В. Мішенін, Р. П. Косодій, А. О. Бондаренко. – Суми : МакДен, 2010. – 252 с.

References

1. Kyrylov Yu. Ye. Klasteri yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky v umovakh hlobalizatsii / Yu. Ye. Kyrylov [Elektronne vydannia] // Efektyvna ekonomika. – 2013. – № 12. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.yka.com.ua/?op=1&z=2608>
2. Shevchenko O. M. Klasterizatsiia yak zasib innovatsiinoho rozvytku Ukrainy y bariery yii realizatsii / O. M. Shevchenko // Hileia: Naukovyi visnyk Nats. ped. un-tu im. M.P. Drahomanova. – 2013. – Vyp. 73 (№ 6). – S. 50–51.
3. Maslak O. O. Otsiniuvannia bezpeky innovatsiinoho rozvytku v umovakh klasteryzatsii natsionalnoi ekonomiky / O. O. Maslak // Ekonomichni innovatsii. – 2013. – Vyp. 52. – S. 160–170.
4. Osaul A. O. Natsionalna ekonomichna bezpeka v umovakh hlobalizatsii / A. O. Osaul, K. O. Merkulov // Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2013. – № 2. – S. 157–166.
5. Ilchuk V.P. Klasterna stratehiia rozvytku ekonomiky rehionu : monohrafiia / V. P. Ilchuk, I. O. Khomenko, I. V. Lysenko; Chernih. derzh. tekhnol. un-t. – Chernihiv : ChDTU, 2013. – 367 s.
6. Rozvytok rehioniv Ukrainy na bazi klasterizatsii : monohrafiia / pid zah. red. K.F. Kovalchuka. – Dnipropetrovsk : LANDON-KhKhI, 2012. – 392 s.
7. Mishenin Ye. V. Hlobalne seredovishche ta finansovo-ekonomichna nestabilnist : monohrafiia / Ye. V. Mishenin, R. P. Kosodii, A. O. Bondarenko. – Sumy : MakDen, 2010. – 252 s.

Надійшла / Paper received: 30.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджено підходи до розуміння фінансової безпеки підприємства. Окреслено напрями їх формування. Визначено провідні характеристики результативності діяльності підприємства за ознаками фінансової безпеки. Запропоновано характеристики результативності функціонування та окреслено їх під кутом фінансової безпеки.

Ключові слова: фінансова безпека, результативність діяльності, характеристики фінансового стану, характеристики фінансових результатів.

RZAEVA T., SHEVCHUK M.

Khmelnitskyi National University

ANALYSIS OF THE FINANCIAL SECURITY OF THE ENTERPRISE ACCORDING TO THE RESULTS OF ITS ACTIVITY

The article investigates theoretical approaches to understanding financial security. Performance signs are outlined. The directions of safety assessment on the performance characteristics are substantiated. Theoretical approaches to understanding the financial security of the enterprise are investigated. The directions of their formation are outlined. Security as a Determined Level of Financial Condition. Emphasis is placed on the appropriateness of assessing the financial position. Security is considered as a financial feature. It is suggested to study as a kind of economic relations. Type of economic relations The leading characteristics of the performance of the enterprise on the signs of financial security are determined. Described as a state of protection against real and potential threats. Defined as a sustainable growth support state. It is disclosed as a state of balanced financial interests. Marked as the level of balance and quality of financial instruments. Emphasized on resistance to internal and external threats. It is defined as the ability to secure the realization of one's own financial interests. The ability to ensure effective and sustainable development is emphasized. Considered as the optimum level of liquidity. Described as a certain state of the calculations. Investigated as receivables and payables. State of ensuring and maintaining the optimal financial condition. Emphasis was placed on the ability to implement external and internal strategies. It is defined as the ability of an enterprise to withstand external and internal threats. Performance characteristics are suggested. They are outlined at an angle of financial security. Performance appraisal will help improve the asset structure of the enterprise. These characteristics will help to optimize the structure of liabilities of the enterprise. Provides positive dynamics of performance characteristics.

Keywords: financial security, performance, performance of financial condition, characteristics of financial performance.

Вступ. Для української економіки підприємства малого бізнесу відіграють важливу роль у процесі подальшого розвитку економіки. Розвиток та підтримка малого підприємництва, як правило, сприяють подальшому економічному розвитку країни, зростанню її іміджу на міжнародній арені. Сучасна українська економіка характеризується нестабільністю, зміною факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, високим рівнем ризику тощо. Несприятливі фактори ризику, що обумовили нестабільність та спричинили кризу в фінансово-економічній системі України, значно понизили рівень її інвестиційної привабливості. Сучасній економіці здебільшого характерно зменшення споживчого та інвестиційного попиту; зменшення попиту на продукцію та послуги; погіршення фінансової діяльності підприємства; зниження купівельної спроможності населення; високий рівень інфляції; втрата бізнесу тощо. Важливо наголосити, що зазначені фактори негативно впливають на результативність діяльності підприємств. За умов нестабільної економіки саме безпека результативності діяльності негативно впливає на рівень безпеки підприємства, а надто на її фінансові характеристики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремим питанням та проблемам оцінки економічної безпеки за її результативними та фінансовими характеристиками присвячено значну кількість праць як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. В економічній літературі активну участь у дискусіях беруть М. Андрющенко, О. Барановський, І. Бланк, Т. Загорельська, К. Горячева, В. Прохорова, Й. Шумпетер, Г. Фостер та ін. Науковці вивчають конкурентний підхід до безпеки результативності, ресурсний, фінансовий, адаптивний та ін. Значна кількість підходів відповідно порушує певне коло дискусійних питань, що потребують обговорення та подальшого вирішення. Актуальність теми дослідження спричинила доцільність її вивчення та спрямувала її мету.

Мета статті. Дослідження теоретичних підходів до розуміння фінансової безпеки підприємства за ознаками результативності діяльності та обґрунтування напрямів оцінки й характеристик за ними.

Основна частина. Важливо підкреслити, що саме безпека підприємства є такою характеристикою його діяльності, що напрями залежить від результатів діяльності господарюючого суб'єкта. Відповідно фінансову безпеку доцільно виокремити як безпеку результативності його діяльності. В цілому, поняття «економічна безпека» за її фінансовими характеристиками, а саме «фінансова безпека» є актуальною категорією і особливо актуальною за умов нестабільності економіки, погіршення інвестиційного клімату країни. Актуальність дослідження піднімає певне коло актуальних питань щодо забезпечення та підтримки

фінансової безпеки на як на мікро-, так і на макрорівні. Сучасні дослідження підтвердили, що підходи до розуміння поняття фінансової безпеки значно різняться. Так, І. А. Бланк розглядає фінансову безпеку підприємства з точки зору кількісного і якісного детермінованого рівня фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних, збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному і перспективному періодах [1, с. 125].

К. С. Горячева вивчає фінансову безпеку підприємства як фінансовий стан, який характеризується, по-перше, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, котрі використовуються підприємством, по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів, по-четверте, забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи [2].

С. М. Ілляшенко серед складових економічної безпеки виділяє фінансову складову: про послаблення фінансової безпеки, як правильно стверджує він, свідчить зниження ліквідності, збільшення кредиторської та дебіторської заборгованості [3].

О. М. Сорокіна визначає фінансову безпеку підприємства як специфічний вид економічних відносин, які виникають між підприємством і суб'єктами його зовнішнього оточення щодо забезпечення оптимального фінансового стану, в якому має перебувати підприємство для реалізації своєї стратегії та який характеризується здатністю підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам [4].

За характеристиками оцінки результативності діяльності підприємства економічна безпека, за фінансовою складовою, може бути представлена за певними характеристиками:

- стан та структура оборотних (оборотність активів) та необоротних активів (технічний стан основних засобів) та їх загальної суми;
- стан та структура власних та запозичених фінансових ресурсів;
- стан та структура загальної суми джерел формування активів підприємства;
- склад та структура економічних та фінансових ресурсів підприємства;
- оцінка ефективності використання економічних та фінансових ресурсів підприємства;
- стан та структура показників витрат, доходів та фінансових результатів;
- показники рентабельності, відповідно до характеристик фінансової безпеки;
- оптимальна (результативна) структура капіталу;
- забезпечення та підтримка ринкової вартості цінних паперів підприємства;
- збільшення та оптимізація виплат дивідендів;
- стан розрахунків та співвідношення заборгованостей підприємства;
- економічний стан, перспективи функціонування та подальшого економічного розвитку підприємства.

Таблиця 1

Підходи до оцінки фінансової безпеки за напрямками та характеристиками результативності

Напрямок (підхід)	Характеристик
Детермінованого рівня фінансового стану	– захищеність пріоритетних, збалансованих фінансових інтересів; – стан захисту від реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру; – стан підтримки стійкого зростання в поточному і перспективному періоді
Оцінка фінансового стану підприємства	– збалансованість і якість сукупності фінансових інструментів; – стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз; – спроможність забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів; – забезпечення оптимальними обсягами фінансових ресурсів; – забезпечення ефективного і сталого розвитку цієї фінансової системи
Фінансова характеристика	– оптимальний рівень ліквідності; – стан розрахунків; – стан дебіторської та кредиторської заборгованості
Вид економічних відносин	– забезпечення і підтримка оптимального фінансового стану; – спроможність реалізації зовнішньої та внутрішньої стратегії; – здатність підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам

В цілому результативність діяльності підприємства оцінюється в цілому за характеристиками фінансового стану та за характеристиками формування фінансових результатів. Оцінка характеристик результативності діяльності за ознаками фінансового стану представлена наступними характеристиками: показники структури активів (оборотних, необоротних), пасивів (власних та запозичених коштів), показники оптимальності співвідношення окремих складових активів та пасивів підприємства; показники фінансової стійкості та ін. Оцінка характеристик результативності діяльності за ознаками формування фінансових результатів (витрат та доходів) стану представлена наступними характеристиками: склад, структура динаміка показників витрат, доходів та фінансових результатів, показники рентабельності, показники оборотності, факторний аналіз показників доходів та фінансових результатів та ін.

Дослідження економічної безпеки за фінансовою характеристикою здійснюється як за поточний період, так і на перспективу. Такий аналіз здійснюється з метою оцінки ефективності використання

фінансових ресурсів підприємства, виявлення певних недоліків та встановлення сум невикористаних резервів зростання результативності діяльності підприємства в контексті його фінансової складової економічної безпеки.

Провідні напрями та методи аналізу результатів діяльності підприємства за фінансовими характеристиками економічної безпеки представлені на рис. 1. «Горизонтальний» аналіз представляє собою дослідження результатів діяльності підприємства через оцінку абсолютних змін характеристик фінансової безпеки за період, що вивчається; «вертикальний» аналіз представляє собою дослідження результатів діяльності підприємства через оцінку показників структури та їх динаміки за фінансовими характеристиками економічної безпеки, та «трендовий» аналіз представляє собою дослідження результатів діяльності підприємства через оцінку загальної динаміки показників результатів діяльності підприємства за період, що вивчається. «Факторний» аналіз представляє собою дослідження результатів діяльності підприємства через оцінку впливу взаємозв'язків між динамікою окремих факторів, за умови незмінності інших. «Порівняльний» аналіз представляє собою дослідження результатів діяльності підприємства через порівняльну оцінку динаміки абсолютних та відносних змін показників, що отримані внаслідок проведених досліджень.

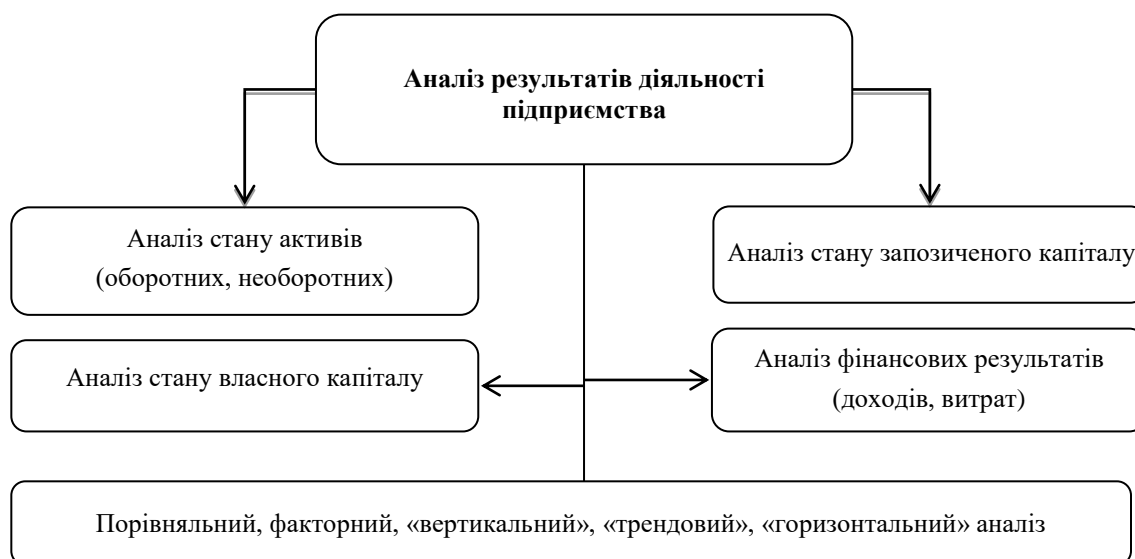


Рис. 1. Напрями та методи аналізу результатів діяльності підприємства за фінансовими характеристиками економічної безпеки

Відповідно до напрямів дослідження економічної безпеки за фінансовими характеристиками економічними безпеки є доцільним дослідити наповненість кожного з них. Так, аналіз стану активів (оборотних, необоротних) передбачає дослідження загальної суми активів підприємства, а саме її динаміки та структури за окремими елементами (склад та структура оборотних активів, необоротних активів, ефективності їх використання, технічного стану основних засобів; оборотності оборотних активів, стану дебіторської заборгованості та ін.).

Наступним важливим напрямом оцінки економічної безпеки за її фінансовою складовою є оцінка та аналіз стану власного капіталу. Доцільно дослідити динаміку та структуру загальної суми власного капіталу у розрізі його складових, оцінку інтенсивності динаміки сум нерозподіленого прибутку (непокритого збитку) та ін. Не менш вагомим напрямом оцінки економічної безпеки за фінансовою складовою є оцінка та аналіз складу й структури загальної суми запозиченого капіталу; оцінка динаміки й структури довгострокових зобов'язань підприємства (дослідження стану розрахунків), оцінка динаміки й структури поточних зобов'язань (стану кредиторської заборгованості); оцінка й аналіз ефективності використання довгострокових та поточних зобов'язань підприємства та ін.

Значне місце у дослідженні економічної безпеки за її фінансовою складовою займає дослідження складу, структури та динаміки фінансових результатів за елементами витрат й доходів підприємства (оцінка динаміки, структури та складу фінансових результатів, оцінка структури та складу витрат підприємства, факторний аналіз інтенсивності динаміки витрат та доходів підприємства, оцінка та аналіз ефективності функціонування підприємства (показники рентабельності та їх факторний аналіз)).

Висновки. Використання запропонованих напрямів та методів аналізу результатів діяльності підприємства за фінансовими характеристиками економічної безпеки дасть змогу здійснювати діагностику та моніторинг фінансової складової економічної безпеки на перспективу. Представлені напрями оцінки та аналізу дадуть змогу покращити пропорції успішності функціонування підприємства, а саме:

- покращення структури активів підприємства в цілому та у розрізі (оборотних та необоротних);
- оптимізація структури джерел формування активів підприємства (власних та запозичених);
- оптимізація стану та структура показників загальної суми фінансових результатів та у розрізі витрат й доходів підприємства;
- підвищення ефективності використання активів та пасивів підприємства, покращення ефективності функціонування підприємства, за характеристиками його результативності та ін.

Література

1. Бланк І. А. Управління фінансовою безпекою підприємства / І. А. Бланк. – Київ : Ніка-Центр, 2014. – 784 с.
2. Горячева К. С. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки / К. С. Горячева // Економіст. – 2003. – № 8. – С. 65–67.
3. Ілляшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С. Н. Ілляшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3. – С. 12–19.
4. Сорокіна О.М. Зміст дефініції «фінансова безпека» / О.М. Сорокіна // Торгівля і ринок України – 2009. – Вип. 28. Т. 3. – С. 270–274.

References

1. Blank I. A. Upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpriemstva / I. A. Blank. – Kyiv : Nika-Tsentr, 2014. – 784 s.
2. Horiacheva K. S. Finansova bezpeka pidpriemstva. Sutnist ta mistse v systemi ekonomichnoi bezpeky / K. S. Horiacheva // Ekonomist. – 2003. – № 8. – S. 65–67.
3. Ilyashenko S. N. Sostavlyayushie ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya i podhody k ih ocenke / S. N. Ilyashenko // Aktualni problemi ekonomiki. – 2003. – № 3. – S. 12–19.
4. Sorokina O.M. Zmist definititsii «finansova bezpeka» / O.M. Sorokina // Torhivlia i rynok Ukrainy – 2009. – Vyp. 28. T. 3. – S. 270–274.

Надійшла / Paper received : 12.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 338.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-32

РУДНІЧЕНКО Є. М., ГАВЛОВСЬКА Н. І.,
СУХОДОЛЯ С. А., ЛІСОВСЬКИЙ І. В., ЯДУХА С. Й.
Хмельницький національний університет

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙ

У статті доведено вагомість впливу цифрової економіки на розвиток організацій та актуальність впровадження цифрових технологій, що підтверджено даними рейтингу найдорожчих компаній світу. Проведено аналіз поняття «цифрова економіка» як економічної категорії. Запропоновано авторське визначення цифрової економіки. Так, цифрова економіка є наслідком трансформації інших видів економіки, що передували її розвитку. Тобто своєрідним симбіозом економіки знань та глобалізаційних процесів, які стали поштовхом розвитку цифрових трансформацій абсолютно у всіх сферах. Цифрова економіка має складну структуру і включає ІТ-сектор, виготовлення та/або реалізацію продукції із застосуванням ІКТ та супутні послуги. Цифровізація практично всіх аспектів життєдіяльності людини обумовлює трансформацію процесів розвитку організацій та потребує нового бачення інструментального забезпечення таких процесів.

Ключові слова: розвиток, зміни, цифрова економіка, трансформації.

RUDNICHENKO Ye, HAVLOVSKA N.,
SUHODOLIA S., LISOVSKYI I., YADUKHA S.
Khmelnitskyi National University

DIGITAL ECONOMY AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONS

The article proves the importance of the impact of the digital economy on the development of organizations and the relevance of the introduction of digital technologies, which is confirmed by the ranking of the most expensive companies in the world. An analysis of the concept of "digital economy" as an economic category was conducted by the author. The digital economy is one of the main trends of the twenty-first century. Extremely rapid development of technologies and the introduction of artificial intelligence in almost all spheres of society cause transformation processes not only in production processes but also in management. The ranking of the most expensive companies in the world demonstrates the transition to the "digital age", and major market players invest in such prospects. Despite the different approaches to the interpretation of basic concepts in the digital economy, most scientists state the irreversible changes and the presence of transformations in almost all aspects and segments of business. Organizational changes are an integral part of the activities of organizations, which determine not only the peculiarities of their functioning, but also are the key to their survival and development. The implementation of organizational changes in the digital economy has its own specific features caused by the need to use advanced technologies. A higher level of technologies requires a review of management processes in order to implement effective changes. The author's definition of digital economy was offered in the article. Thus, the digital economy is a consequence of the transformation of other types of economy that preceded its development. That is, the digital economy is a kind of symbiosis of the knowledge economy and globalization processes, which have become the impetus for the development of digital transformations in absolutely all spheres. The digital economy has a complex structure and includes the IT sector, manufacturing and / or marketing of products using information-communication technologies and related services. Digitization of almost all aspects of human life causes the transformation of the processes of development of organizations and requires a new vision of instrumental support of such processes.

Key words: development, changes, digital economy, transformations.

Постановка проблеми. Динамічність сучасного середовища та криза світової економіки, зумовлена пандемією COVID-19, вимагає від організацій ефективно та швидко реагувати на зміни. Це обумовлює необхідність впровадження дієвих механізмів та інструментів управління організаційними змінами на сучасних підприємствах. Застосування дієвих механізмів та інструментів управління організаційними змінами дозволяє їм адаптуватися до загроз зовнішнього середовища та проводити ефективні трансформації внутрішньо організаційних процесів. Організаційні зміни є невід'ємною складовою діяльності організацій, які зумовлюють не лише особливості їх функціонування, а також є запорукою їх виживання та розвитку. Реалізація організаційних змін в умовах цифрової економіки має свої специфічні риси, що зумовлені необхідністю застосування передових технологій. Більш високий рівень технологій вимагає перегляду управлінських процесів з метою впровадження ефективних змін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження питань, пов'язаних із питаннями цифрової економіки, розглядалися у працях як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, зокрема: Р. Асанов [1], В. Бондаренко [2], Й. Масуда [20], Н. Негропonte [22], Д. Топскотт [6, 24], Е. Тоффлер [7, 25] та ін.

Постановка завдання. Основним завданням є дослідження теоретичного базису функціонування і розвитку організацій в умовах цифрової економіки.

Основні результати дослідження. Поняття «цифрова економіка» є відносно новим в українській науці, окрім того, складним і багатоаспектним. Передумовою до започаткування концепції цифрової економіки послугували роботи вчених ще 1960–1970 років. Вперше термін «інформаційне суспільство» з'явився під час бесіди японських вчених Кісе Курокава і Тадао Умесао у 1961 році. Пізніше цей термін був використаний практично одночасно в роботах, що з'явилися в Японії – «Теорія інформаційної індустрії» Тадао Умесао у 1963 році [10, с. 129] і США – «Виробництво та розповсюдження знань у Сполучених

Штатах» Фріц Махлуп у 1962 [19]. Пізніше, у статті Деніела Белла «Соціальні рамки інформаційного суспільства» описуються проблеми трансформації сучасного суспільства під впливом новітніх комунікаційних технологій [11]. У роботі Елвіна Тоффлера «Третя хвиля» [25] представлено концепцію «трьох хвиль», тобто стадії розвитку людства: «перша хвиля» – аграрна (до XVIII ст.), «друга хвиля» – індустріальна (до 50-х років XX ст.), «третья хвиля» – постіндустріальна (починаючи з 50-х років XX ст.). На думку Е. Тоффлер, третя хвиля несе із собою властивий їй новий лад життя, заснований на різноманітних поновлюваних джерелах енергії; на методах виробництва, що роблять непотрібними більшість фабричних конвеєрів; на нових ненуклеарних сімействах; на новій структурі, яку можна було б назвати «електронним котеджем»; на радикально змінених школах і об'єднаннях майбутнього. Виникаюча цивілізація пише для нас нові правила поведінки й веде нас за межі стандартизації, синхронізації й централізації [7, с. 33–34]. Цікавою є концепція інформаційного суспільства, представлена Йонеджі Масуда у праці «Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство» [20], де обґрунтовано численні переваги інформаційного суспільства та його політичної сфери над індустріальним суспільством. Термін «цифрова економіка» (рідше електронна економіка) – Digital Economy – з'явився в 1994 р. одночасно у канадського професора менеджменту Дона Топскотта з університету Торонто у праці «Цифрова економіка» [6, 24] і американського інформатика з МІТ Ніколаса Негропonte [22].

Підтвердженням необхідності впровадження цифрових технологій у діяльність підприємств є зміни, що відбулися у вартості компаній. Ще 10 років тому, до найдорожчих компаній належали Coca-Cola, Vodafone, hp, Toyota. На сьогоднішній день їх витіснили Amazon, Apple, Facebook тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг найдорожчих компаній світу*

№ з/п	Компанія та основні показники / рік					
	2010 р.	2016 р.	2017 р.	2018	2019 р.	2020 р.
1	Walmart – 41,3 млрд дол.	Apple – 146 млрд дол.	Google – 109,5 млрд дол.	Amazon – 150,8 млрд дол.	Amazon – 187,9 млрд дол.	Amazon – 220,7 млрд дол.
2	Google – 36,2 млрд дол.	Google – 88,2 млрд дол.	Apple – 106,4 млрд дол.	Apple – 146,3 млрд дол.	Apple – 153,6 млрд дол.	Google – 159,7 млрд дол.
3	Coca-Cola – 34,8 млрд дол.	Amazon – 69,6 млрд дол.	Amazon – 139,3 млрд дол.	Google – 120,9 млрд дол.	Google – 142,7 млрд дол.	Apple – 153,6 млрд дол.
4	Microsoft – 33,6 млрд дол.	Microsoft – 76,3 млрд дол.	AT&T – 87 млрд дол.	Samsung – 92,3 млрд дол.	Microsoft – 119,5 млрд дол.	Microsoft – 117,0 млрд дол.
5	GE – 31,9 млрд дол.	Verizon – 63,1 млрд дол.	Microsoft – 76,3 млрд дол.	Facebook – 89,7 млрд дол.	Samsung – 91,2 млрд дол.	Samsung – 94,4 млрд дол.
6	Vodafone – 29 млрд дол.	AT&T – 59,9 млрд дол.	Samsung – 66,2 млрд дол.	AT&T – 82,4 млрд дол.	AT&T – 87 млрд дол.	ICBC – 80,7 млрд доларів
7	HSBC – 28,5 млрд дол.	Samsung – 58,6 млрд дол.	Verizon – 65,9 млрд дол.	Microsoft – 81,2 млрд дол.	Facebook – 83,2 млрд дол.	Facebook – 79,8 млрд дол.
8	hp – 27,4 млрд дол.	Walmart – 53,7 млрд дол.	Walmart – 62,2 млрд дол.	Verizon – 62,8 млрд дол.	ICBC – 79,8 млрд дол.	Walmart – 77,5 млрд дол.
9	Toyota – 27,3 млрд дол.	China Mobile – 49,8 млрд дол.	Facebook – 62 млрд дол.	Walmart – 61,5 млрд дол.	Verizon – 71,1 млрд дол.	Ping An – 69,0 млрд дол.
10	at&t – 26,6 млрд дол.	Wells Fargo – 44,1 млрд дол.	ICBC – 47,8 млрд дол.	ICBC – 59,2 млрд дол.	China Construction Bank – 69,7 млрд дол.	Huawei – 62,2 млрд дол.

* сформовано за [26–31]

Якщо більш детально розглянути дані наведені у таблиці 1, можна зробити висновки, що в останні роки найдорожчими компаніями є ті, що безпосередньо використовують цифрові технології під час здійснення своєї основної діяльності. Це зайвий раз підтверджує важливість процесів цифровізації, які є запорукою розвитку підприємств. В науковій літературі існують різні визначення поняття «цифрова економіка», які згруповано в таблиці 2.

Таблиця 2

Поняття «цифрова економіка» як економічна категорія

Автор, джерело	Визначення поняття – це:
Асанов Р. [1]	Економіка, заснована на виробництві електронних товарів і сервісів високотехнологічними бізнес-структурами та дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції
Бондаренко В. [2]	Цілісна, системна, комплексна проблема знаходження тієї моделі відносин між людьми, яка сумісна з технологіями четвертої промислової революції, тобто з цифровими технологіями та іншими високими технологіями ХХІ століття, і в своєму формуванні, розвитку і реалізації повинна забезпечувати досягнення об'єктивно заданої мети
Бріньольфсон Е., Кахін Б. [13]	Ще не завершена трансформація всіх секторів економіки завдяки цифровізації інформації за допомогою комп'ютерних технологій
Дальман К., Мілі С., Вермелінгер М. [14]	Поєднання технологій загального застосування і ряду видів економічної і суспільної діяльності, що здійснюються користувачами Інтернету за допомогою відповідних технологій
Калужській М. [3]	Комунікаційне середовище економічної діяльності в мережі Інтернет, а також форми, методи, інструменти та результати її реалізації
Кіт Л.З. [4]	Трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з ціллю їх подальшого використання (включаючи там, де це можливо) на цій платформі

Продовження таблиці 2

Автор, джерело	Визначення поняття – це:
Кникрем М., Бертон Б., Догерті П. [17]	Частина загального обсягу виробництва, створювану різними «цифровими» ресурсами. Ці ресурси включають цифрові навички, цифрове обладнання (комплектуючі, програмне забезпечення та засоби зв'язку) і проміжні цифрові товари та послуги, що використовуються у виробництві
Лapidус Л. (ред.) [12]	Сукупність відносин, що складаються в результаті виробництва, розподілу, обміну та споживання благ, заснованих на онлайн-технологіях і спрямованих на задоволення потреб у життєвих благах
Лейн Н. [18]	Конвергенція комп'ютерних і комунікаційних технологій у мережі Інтернет і виникає потік інформації й технологій, які стимулюють розвиток електронної торгівлі та масштабні зміни в організаційній структурі
Роус М. [23]	Всесвітня мережа видів економічної діяльності, які стали доступними завдяки інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Іншими словами, цифрову економіку можна визначити як економіку, засновану на цифрових технологіях
Стародубцева О., Маркова О. [5]	Інтернетизація як процес розширення доступу до інформації та можливість проведення певних операцій може бути покладена в основу поняття «цифрової економіки» у вузькому сенсі слова. Під цифровою економікою в широкому сенсі слова ми розуміємо сукупність галузей, пов'язаних з появою нових технологій і розвитком робототехніки, в яких застосовуються цифрові платформи, нові технології, робототехніка, смарт-технології та ін.
Тапскотт Д. [24]	Економіка, що заснована на домінуючому застосуванні цифрових технологій
Юдіна Т., Тушков І. [9]	В широкому сенсі це економіка нового технологічного укладу, а також масштабного використання цифрових технологій в економічній діяльності та виробництві на їх основі цифрових благ
Авторське визначення: цифрова економіка – це своєрідний симбіоз економіки знань та глобалізаційних процесів, вона заснована на цифрових технологіях, має складну структуру і включає ІТ-сектор, виготовлення та/або реалізацію продукції із застосуванням ІКТ та супутніх послуг	

Більшість авторів схиляються до точки зору, що цифрова економіка – це економіка, що заснована на застосуванні цифрових технологій, їх виробництві, використанні сервісів високотехнологічними бізнес-структурами тощо. На нашу думку, цифрова економіка є наслідком трансформації інших видів економіки, що передували її розвитку. Тобто своєрідним симбіозом економіки знань та глобалізаційних процесів, які стали поштовхом розвитку цифрових трансформацій абсолютно у всіх сферах. В різних наукових джерелах представлені різні складові цифрової економіки. Більш детально їх класифікацію наведено у таблиці 3.

Таблиця 3

Складові цифрової економіки

Автор, джерело	Складові цифрової економіки
Бабкіна А. (ред.) [8]	1) цифрова інфраструктура – включає апаратні засоби, програмне забезпечення, телекомунікації; 2) цифрові ділові операції – охоплюють бізнес-процес, реалізуються через комп'ютерні мережі в рамках віртуальних взаємодій між суб'єктами віртуального ринку; 3) передбачає доставку товарів за допомогою Інтернет-мережі і є нині одним з найбільших сегментів цифрової економіки
Дальман К., Мілі С., Вермелінгер М. [14]	1) фізична інфраструктура, яка охоплює цифрові технології (широкосмутові мережі, маршрутизатори); 2) пристрої доступу (комп'ютери, смартфони); 3) інформаційні системи (Google, Salesforce); 4) забезпечуваний інформаційними системами функціонал («Інтернет речей», аналіз великих даних, хмарні обчислення)
Клінг Р., Лемб Р. [16]	1) цифрові продукти і послуги – продукти, що поставляються за допомогою цифрових технологій, а також типи послуг, в основному поставляються в цифровому вигляді; 2) змішані цифрові продукти і послуги – роздрібний продаж реальних товарів; 3) послуги або виробництво товарів, що залежать від ІТ – послуги, надання яких знаходиться в критичній залежності від інформаційних технологій; 4) сегмент ІТ-індустрії, який обслуговує три розглянутих сегмента цифрової економіки – тут розглядаються продукти і послуги ІТ-сектора, які в основному призначені для обслуговування трьох вище згаданих компонентів цифрової економіки
Месенбург Т. [21]	1) інфраструктура електронного бізнесу, яка є частиною всієї економічної інфраструктури, що використовується для здійснення електронних операцій і електронної торгівлі; 2) електронний бізнес, який являє собою будь-яку операцію, яку підприємство здійснює за допомогою комп'ютерних мереж; 3) електронна торгівля, під якою мається на увазі обсяг товарів і послуг, що реалізується за допомогою комп'ютерних мереж
Хікс Р. [15]	1) товари – виробництво споживчої ІКТ-продукції, такої як комп'ютерні комплектуючі та засоби цифрової телекомунікації поряд із засобами виробництва: капітальних товарів і проміжних товарів; 2) програмне забезпечення – дизайн, виробництво, просування на ринок готового програмного забезпечення; 3) інфраструктура – базова телекомунікаційна інфраструктура, мережеві послуги, що створюють вартість; 4) послуги – професійні послуги, які не належать до інших категорій, такі як консалтинг, професійна підготовка і технічне обслуговування; 5) роздрібна торгівля – продаж, перепродаж та дистрибуція ІКТ-продукції, програмного забезпечення та інфраструктури, а також супутніх послуг; 6) інформаційні ресурси – виробництво і дистрибуція даних, обробка транзакцій і цифровізація

На нашу думку, цифрова економіка має складну структуру і включає ІТ-сектор, виготовлення та/або реалізацію продукції із застосуванням ІКТ та супутні послуги. В умовах COVID-19 розвиток цифрових технологій є запорукою не просто функціонування організацій, а необхідністю їх виживання та розвитку. Впровадження інструментів цифрової економіки є необхідністю у всіх сферах діяльності, і не лише для виробничих підприємств, а й підприємств обслуговування та соціальної сфери. Впровадження інструментів цифрової економіки у діяльність медичних закладів є надзвичайно актуальним питанням, оскільки, процеси цифровізації є новими для системи охорони здоров'я України і потребують додаткового вивчення.

Висновки. Цифрова економіка є одним з головних трендів двадцять першого століття. Надзвичайно швидкий розвиток технологій та впровадження практично у всі сфери життя суспільства штучного інтелекту

обумовлюють трансформаційні процеси не лише у виробничих процесах, а й у менеджменті. Рейтинг найдорожчих компаній світу демонструє перехід у «цифрову еру», а основні гравці ринків інвестують саме у такі перспективи. Не зважаючи на різні підходи до трактування базових понять у сфері цифрової економіки, більшість науковців констатує незворотні зміни та наявність трансформацій практично у всіх аспектах і сегментах ведення бізнесу. Не виключенням є і сфера охорони здоров'я, хоча саме у цій площині ґрунтовних досліджень недостатньо, що обумовлює подальші перспективи наукового пошуку та формування нових концепцій розвитку організацій.

Література

1. Асанов Р.К. Формирование концепции «цифровой экономики» в современной науке / Р.К. Асанов // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2016. – № 15. – С. 143–148.
2. Бондаренко В.М. Мироззренческий подход к формированию, развитию и реализации «цифровой экономики» / В.М. Бондаренко // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2017. – Т. 13. – № 1. – С. 237–251.
3. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский. – М., 2014. – 328 с.
4. Кіт Л.З. Еволюція мережевої економіки / Л.З. Кіт // Вісник Хмельницького національного університету. – Економічні науки. – 2014. – № 3. – Т. 2. – С. 187–194.
5. Стародубцева Е.Б. Цифровая трансформация мировой экономики / Е.Б. Стародубцева, О.М. Маркова // Вестник АГТУ. Экономика. – 2018. – № 2. – С. 7–15.
6. Топскотт А. Технология блокчейн, то, что движет финансовой революцией сегодня / А. Топскотт, Д. Топскотт. – М. : Эксмо, 2017.
7. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2010. – 784 с.
8. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / [под ред. А. В. Бабкина]. – СПб : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 807 с.
9. Юдина Т.Н. Цифровая экономика сквозь призму философии хозяйства и политической экономии / Т.Н. Юдина, И.М. Тушканов // Философия хозяйства. – 2017. – № 1. – С. 193–201.
10. Япония 2008. Ежегодник / [под ред. Э.В. Молодякова]. – М. : Агро-XXI, 2008. – 312 с.
11. Bell D. The Social Framework of the Information Society / Dertooz M. L., Moses J. (eds.) // The Computer Age: A 20 Year View. – Cambridge : MIT Press, 1979. – P. 500–549.
12. Big data, sharing economy, интернет вещей, роботизация: взгляд в будущее российского бизнеса // Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции : материалы III Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых: доклады и выступления / под ред. Л.В. Лапидус. – Москва : Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017. – С. 5–24.
13. Brynjolfsson E. Introduction, in Understanding the Digital Economy / E. Brynjolfsson, B. Kahin. – Cambridge : MIT Press. – 2020. – P. 1–10.
14. Dahlman C. Harnessing the Digital Economy for Developing Countries / C. Dahlman, S. Mealy, M. Wermelinger. – Paris : OECD, 2016. – URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf>.
15. Heeks R. Researching ICT-Based Enterprise in Developing Countries / R. Heeks // Development Informatics Working Paper 30, IDPM, University of Manchester, 2008. – URL: <http://www.gdi.manchester.ac.uk/research/publications/di/>.
16. Kling R. IT and organizational change in digital economies, in Understanding the Digital Economy / R. Kling, Lamb R.; E. Brynjolfsson & B. Kahin (eds). – Cambridge : MIT Press, MA, 2000. – P. 295–324.
17. Knickrehm M. Digital Disruption: The Growth Multiplier. Dublin: Accenture / M. Knickrehm, B. Berthon, P. Daugherty. – 2016. – URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-4/Accenture-Strategy-Digital-Disruption-Growth-Multiplier.pdf.
18. Lane N. Advancing the Digital Economy into the 21st Century / N. Lane // Information Systems Frontiers. – 1999. – Vol. 1. № 3. – P. 317–320.
19. Machlup F. The production and Distribution of Knowledge in the United States / F. Machlup. – Princeton : Princeton University Press, New Jersey, 1962. – 416 p.
20. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington, 1981. – 171 p.
21. Mesenbourg T.L. Measuring the Digital Economy, US Bureau of the Census, Suitland, MD / T.L. Mesenbourg, 2001. – URL: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/umdigital.pdf>.
22. Negroponte N. Being Digital / N. Negroponte. – NY : Knopf, 1995. – 256 p.
23. Rouse M. Digital Economy. Newton: Techtargent / M. Rouse. – 2016. – URL: <http://searchcio.techtargent.com/definition/digital-economy>.
24. Tapscott D. The Digital Economy / D. Tapscott. – McGraw – Hill Companies Incorporated, 1996. – 342 p.
25. Toffler A. The third wave / A. Toffler. – N.-Y. : Morrow, 1980. p. – 544 p.
26. Top 500 Global Brands 2010 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/2010/table>.
27. Top 500 Global Brands 2016 Ranking. URL: https://brandirectory.com/download-report/global_500_2016_website.pdf.
28. Top 500 Global Brands 2017 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/2017>.
29. Top 500 Global Brands 2018 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/Brand%20Finance%20Global%20500%20Report%202018%20Locked.pdf>.
30. Top 500 Global Brands 2019 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-global-500-2019-preview.pdf>.
31. Top 500 Global Brands 2020 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-global-500-2020-preview.pdf>.

References

1. Asanov R.K. Formirovanie koncepcii «cifrovoj ekonomiki» v sovremennoj nauke / R.K. Asanov // Socialno-ekonomicheskie nauki i gumanitarnye issledovaniya. – 2016. – № 15. – S. 143–148.
2. Bondarenko V.M. Mirovozzrencheskij podhod k formirovaniyu, razvitiyu i realizacii «cifrovoj ekonomiki» / V.M. Bondarenko // Sovremennye informacionnye tehnologii i IT-obrazovanie. – 2017. – T. 13. – № 1. – S. 237–251.
3. Kaluzhskij M.L. Elektronnaya kommerciya: marketingovye seti i infrastruktura rynka / M.L. Kaluzhskij. – M., 2014. – 328 s.
4. Kit L.Z. Evolutsiia merezhevoi ekonomiki / L.Z. Kit // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – Ekonomichni nauky. – 2014. – № 3. – T. 2. – S. 187–194.
5. Starodubceva E.B. Cifrovaya transformaciya mirovoj ekonomiki / E.B. Starodubceva, O.M. Markova // Vestnik AGTU. Ekonomika. – 2018. – № 2. – S. 7–15.
6. Topskott A. Tehnologiya blokchejn, to, chto dvizhet finansovoj revolyuciej segodnya / A. Topskott, D. Topskott. – M. : Eksmo, 2017.
7. Toffler E. Tretya volna / E. Toffler. – M. : AST, 2010. – 784 s.

8. Cifrovaya transformaciya ekonomiki i promyshlennosti: problemy i perspektivy / [pod red. A. V. Babkina]. – SPb : Izd-vo Politehn. un-ta, 2017. – 807 s.
9. Yudina T.N. Cifrovaya ekonomika skvoz prizmu filosofii hozyajstva i politicheskoy ekonomii / T.N. Yudina, I.M. Tushkanov // *Filosofiya hozyajstva*. – 2017. – № 1. – S. 193–201.
10. Yaponiya 2008. Ezhegodnik / [pod red. E.V. Molodyakova]. – M. : Airo-HHI, 2008. – 312 s.
11. Bell D. The Social Framework of the Information Society / Dertooz M. L., Moses J. (eds.) // *The Computer Age: A 20 Year View*. – Cambridge : MIT Press, 1979. – P. 500–549.
12. Big data, sharing economy, internet veshej, robotizaciya: vzglyad v budushee rossijskogo biznesa // *Perspektivy razvitiya elektronogo biznesa i elektronnoj komercii : materialy III Mezhfakultetskoj nauchno-prakticheskoy konferencii molodyh uchenyh: doklady i vystupleniya* / pod red. L.V. Lapidus. – Moskva : Ekonomicheskij fakul'tet MGU imeni M.V. Lomonosova, 2017. – S. 5–24.
13. Brynjolfsson E. Introduction, in *Understanding the Digital Economy* / E. Brynjolfsson, B. Kahin. – Cambridge : MIT Press. – 2020. – P. 1–10.
14. Dahlman C. *Harnessing the Digital Economy for Developing Countries* / C. Dahlman, S. Mealy, M. Wermelinger. – Paris : OECD, 2016. – URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf>.
15. Heeks R. *Researching ICT-Based Enterprise in Developing Countries* / R. Heeks // *Development Informatics Working Paper 30*, IDPM, University of Manchester, 2008. – URL: <http://www.gdi.manchester.ac.uk/research/publications/di/>.
16. Kling R. IT and organizational change in digital economies, in *Understanding the Digital Economy* / R. Kling, Lamb R.; E. Brynjolfsson & B. Kahin (eds). – Cambridge : MIT Press, MA, 2000. – P. 295–324.
17. Knickrehm M. *Digital Disruption: The Growth Multiplier*. Dublin: Accenture / M. Knickrehm, B. Berthon, P. Daugherty. – 2016. – URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-4/Accenture-Strategy-Digital-Disruption-Growth-Multiplier.pdf.
18. Lane N. *Advancing the Digital Economy into the 21st Century* / N. Lane // *Information Systems Frontiers*. – 1999. – Vol. 1. № 3. – P. 317–320.
19. Machlup F. *The production and Distribution of Knowledge in the United States* / F. Machlup. – Princeton : Princeton University Press, New Jersey, 1962. – 416 p.
20. Masuda Y. *The Information Society as Post-Industrial Society* / Y. Masuda. – Washington, 1981. – 171 p.
21. Mesenbourg T.L. *Measuring the Digital Economy*, US Bureau of the Census, Suitland, MD / T.L. Mesenbourg, 2001. – URL: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/umdigital.pdf>.
22. Negroponte N. *Being Digital* / N. Negroponte. – NY : Knopf, 1995. – 256 p.
23. Rouse M. *Digital Economy*. Newton: Techtargget / M. Rouse. – 2016. – URL: <http://searchcio.techtarget.com/definition/digital-economy>.
24. Tapscott D. *The Digital Economy* / D. Tapscott. – McGraw – Hill Companies Incorporated, 1996. – 342 p.
25. Toffler A. *The third wave* / A. Toffler. – N.-Y. : Morrow, 1980. p. – 544 p.
26. Top 500 Global Brands 2010 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/2010/table>.
27. Top 500 Global Brands 2016 Ranking. URL: https://brandirectory.com/download-report/global_500_2016_website.pdf.
28. Top 500 Global Brands 2017 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/2017>.
29. Top 500 Global Brands 2018 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/Brand%20Finance%20Global%20500%20Report%202018%20Locked.pdf>.
30. Top 500 Global Brands 2019 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-global-500-2019-preview.pdf>.
31. Top 500 Global Brands 2020 Ranking. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-global-500-2020-preview.pdf>.

Надійшла / Paper received : 19.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 330.332.54 : 330.341.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-33

СВИСТУНОВ О. С.

Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Стаття присвячена розкриттю сутності політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств та обґрунтуванню її ролі для ефективного функціонування виробничої системи. Побудовано послідовність формування та реалізації політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств. Визначено стратегічні заходи для реалізації політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств.

Ключові слова: політика технологічного оновлення, технології, технологічний розвиток, стратегія, виробнича система.

SVISTUNOV O.

Khmelnitskyi National University

FEATURES OF TECHNOLOGICAL RENEWAL POLICY FORMATION OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

In the conditions of international hypercompetition and the need to ensure economic security due to accelerated economic growth, the need for high-quality technology upgrades based on innovation, intellectualization and expansion of high-tech processes is relevant. As the change in technological systems creates many new economic phenomena that require theoretical research and forecasting, new categories and concepts emerge that reveal the essence of technological renewal of the current stage of economic development in various forms of its manifestation. For this reason the research of features of formation of policy of technological updating of the enterprises of machine-building branch acquires importance.

The article is devoted to the disclosure of the essence of the policy of technological renewal of machine-building enterprises in the efficient functioning of the production system. It is proved that for a machine-building enterprise the policy of technological renewal should ensure the development of the enterprise and the growth of its competitiveness through the use of the latest technologies and achievements in the field of technology. The article emphasizes that it is due to the constant introduction into production of new, modern products, equipment and technologies of both foreign and domestic developers; constant reduction of all types of expenses; improving the quality characteristics of technologies; the efficient functioning of the production system must be ensured. An algorithm for selecting and implementing a policy of technological renewal of machine-building enterprises in the efficient operation of the production system is built. Strategic measures have been formed to implement the policy of technological renewal of machine-building enterprises in the effective functioning of the production system.

Keywords: policy of technological renewal, technologies, technological development, strategy, production system

Постановка проблеми. В умовах міжнародної гіперконкуренції та необхідності забезпечення економічної безпеки за рахунок прискорених темпів економічного зростання актуальною постає потреба якісного оновлення технологій на основі інновацій, інтелектуалізації і розширення сфер застосування високотехнологічних процесів. Оскільки зміна технологічних укладів породжує багато нових економічних явищ, які потребують теоретичного дослідження та прогнозування, то у зв'язку із цим виникають нові категорії та поняття, що розкривають сутність технологічного оновлення сучасного етапу економічного розвитку в різних формах його прояву. Саме із цієї причини важливого значення набуває дослідження особливостей формування політики технологічного оновлення підприємств машинобудівної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У виборі напрямів формування політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств провідне місце посідає його наявний технологічний потенціал, використання якого забезпечує як ефективність впровадження даної політики, так і результативність функціонування виробничої системи. Значний внесок у розвиток питань щодо особливостей формування і реалізації політики технологічного оновлення підприємств здійснили дослідження таких вчених, як І. Бойчик, О. Булавинець, В. Васильчук, Г. Гошовська, І. Коломієць, А. Непран, П. Орлов, О. Пирог, В. Рубан, В. Романишин, Л. Федулова та інші.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість розробок з проблем формування і реалізації політики технологічного оновлення підприємств, все ж потребують більш ґрунтовного дослідження зазначені процеси саме на підприємствах машинобудівної галузі.

Формування цілей статті. Метою дослідження є визначення особливостей формування політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні однією із основних причин низького рівня технологічного розвитку українських підприємств є відсутність розробленої політики технологічного оновлення та механізмів її реалізації. Вибір досить ефективної політики технологічного оновлення вимагає розуміння її особливостей, методів і знань, оскільки політика є цілісною системою взаємозалежних напрямів і рішень, які формують органічний комплекс погоджених дій на підприємстві.

Для машинобудівного підприємства політика технологічного оновлення повинна забезпечувати розвиток та зростання його конкурентоспроможності за рахунок використання новітніх технологій та

досягнень у сфері техніки. Саме за рахунок постійного впровадження у виробництво нових, найсучасніших механізмів, техніки та технологій як зарубіжних, так і вітчизняних розробників, обґрунтованого скорочення витрат операційної та інших видів діяльності, підвищення якісних характеристик технологій має забезпечуватись ефективне функціонування виробничої системи [1].

З метою обґрунтування впливу політики технологічного оновлення підприємства на функціонування виробничої системи, пропонуємо відповідний алгоритм, який включає наступні етапи (рис. 1).

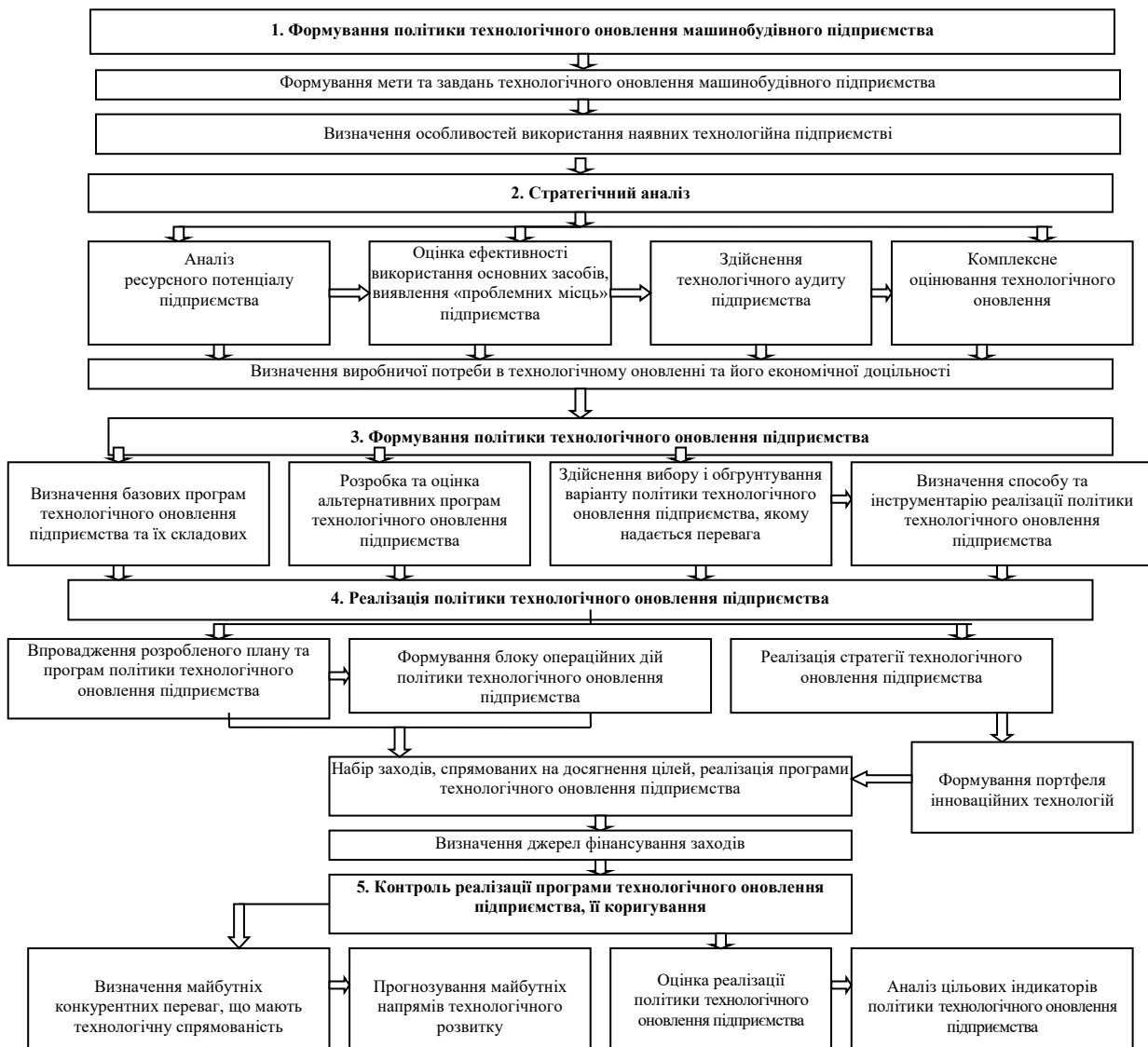


Рис. 1. Послідовність формування та реалізації політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств розроблено автором на основі [1–5]

Перший етап – виявлення цілей політики технологічного оновлення – формується мета та визначаються завдання політики технологічного оновлення машинобудівного підприємства, оцінюється його потенціал здійснення технологічного оновлення.

На основі дослідження загальних тенденцій техніко-технологічного розвитку ринку, моніторингу технологій, аналізу чинників зовнішнього середовища підприємства (економічних, техніко-технічних, політичних, соціальних) формуються цілі політики технологічного оновлення.

Основними цілями технологічного оновлення підприємства, які відповідають його місії, мають бути [2–4]: прогнозування та швидка реакція підприємства на зміни потреб ринку, а також задоволення вимог споживачів; забезпечення конкурентоспроможності підприємства та потреб у технологіях; вибір способу технологічного оновлення, що має відповідати потребам підприємства та забезпечувати загальну стратегію розвитку; створення умов для постійного оновлення виробничої системи та впровадження передових технологій, забезпечення ефективного функціонування виробничої системи; надання підприємству додаткових ефектів на основі комерціалізації технологій, які максимально відповідають потребам споживача; зростання прибутків та ринкової вартості підприємства, отримання соціального ефекту завдяки технологічному оновленню; запобігання високому ступеню ризику, пов'язаного із технологічним оновленням на підприємстві.

Другий етап стратегічного аналізу – оцінюється ресурсний потенціал підприємства, проводиться аналіз ефективності використання основних засобів, виявлення «проблемних місць» підприємства. До цього

етапу слід віднести здійснення технологічного аудиту, основним завданням якого є аналіз поточного технологічного статусу підприємства, визначення сильних та слабких позицій його технологічних активів, оцінювання ефективності технологічного оновлення як засобу досягнення конкурентних переваг та стратегічних цілей підприємства. Будучи важливим інструментом досягнення технологічного розвитку підприємства, технологічний аудит сприяє процесам систематизованої обробки знань та перетворення їх у технологічні активи [3].

Третій етап – формування політики технологічного оновлення підприємства – розробка, аналіз і оцінка альтернатив, а також вибір і обґрунтування способу реалізації політики технологічного оновлення підприємства, якому надається перевага.

Основною метою етапу визначення типу політики технологічного оновлення підприємства є розробка оптимальних способів отримання та експлуатації технологій підприємства, зорієнтованих на зростання, заміщення чи реалізацію існуючих технологічних активів в контексті ефективного функціонування виробничої системи [5].

Четвертий етап реалізації технологічного оновлення підприємства передбачає формування портфеля інноваційних технологій, в основі якого покладено розрахунок економічної доцільності варіантів технологічного оновлення.

На п'ятому етапі здійснюється контроль реалізації програми технологічного оновлення підприємства, її коригування – визначення конкурентних переваг у майбутньому, що мають технологічну спрямованість, прогнозування майбутніх напрямів технологічного розвитку, оцінку реалізації політики технологічного оновлення підприємства, аналіз цільових індикаторів політики технологічного оновлення підприємства.

Відповідно до запропонованої послідовності, процес вибору та реалізації політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств в ефективному функціонуванні виробничої системи повинен відповідати таким вимогам [2; 4]: дозволяти не лише проаналізувати дієвість технологічного оновлення, але і виявити можливості та резерви зростання продуктивності, визначити ефективність функціонування виробничої системи; включати показники, що характеризують політику технологічного оновлення за всіма складовими; забезпечувати можливість порівняння показників, які використовуються для аналізу на різних підприємствах; спрямовувати на виконання підприємством поточних та перспективних задач, узгоджувати процес їх виконання із існуючою на підприємстві звітністю; мінімізувати витрати на збір та обробку інформації згідно обраної системи показників; визначити складові політики технологічного оновлення для розробки подальшої стратегії розвитку підприємства.

За результатами проведення політики технологічного оновлення машинобудівного підприємства можна визначити не лише його ефективність, але й виявити як реальні, так і потенційні можливості підприємства здійснювати заходи, що сприяють активізації технологічного розвитку, поліпшенню конкурентних позицій та збільшенню його доходів, що сприятиме ефективному функціонуванню виробничої системи.

На нашу думку, проведення політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств вимагає злагоджених дій як керівників підприємства, так і працівників. Та умова, наскільки ефективно вони використовуватимуться, залежить насамперед від системи управління підприємством, від вміння керівників стратегічно мислити, розглядати всі альтернативні варіанти використання ресурсів і вибирати найкращий. Разом із тим, розуміння і сприйняття працівниками підприємства заходів технологічного оновлення, пов'язаних із вибором відповідної політики має вплинути на підвищення ефективності функціонування виробничої системи (табл. 1).

Таблиця 1

Стратегічні заходи реалізації політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств для забезпечення ефективного функціонування виробничої системи

Складові політики технологічного оновлення	Стратегічні заходи
Виробнича складова	Виробництво нових видів продукції внаслідок технологічного оновлення, ефективність використання виробничих потужностей, удосконалення техніко-технологічної бази виробництва, покращення якості продукції внаслідок технологічного оновлення
Наукова складова	Зростання внутрішніх досліджень і розробок, що здійснюються на рівні підрозділів підприємства; співробітництво в придбанні ліцензії із зарубіжними партнерами
Технологічна складова	Освоєння нових видів продукції на основі нових технологій, скорочення термінів та витрат на технологічне оновлення виробництва, збільшення кількості придбаних ліцензій на використання високотехнологічної продукції та устаткування
Кадрова складова	Впровадження системи підготовки та підвищення кваліфікації працівників, стимулювання працівників до здійснення технологічного оновлення, формування команди фахівців, які займатимуться реалізацією оновлення
Фінансово-інвестиційна складова	Інвестиції у придбання нового технологічного обладнання, оптимізація структури управління фінансовою діяльністю, залучення зовнішніх джерел фінансування технологічного оновлення
Маркетингова складова	Підвищення якості маркетингової діяльності та ринкових досліджень, збільшення ринків внаслідок технологічного оновлення

Розроблено автором на основі [2–5]

Отже, реалізація політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств з метою забезпечення ефективного функціонування виробничої системи визначається сукупністю його складових та містить низку економічних показників, які характеризують можливості підприємства в освоєнні нових чи

удосконалення технологій при виробництві продукції. Обґрунтовуючи вибір політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств, необхідно враховувати її відповідність загальній стратегії розвитку підприємства, прийнятність за рівнем ризику, передбачати готовність ринку до сприйняття оновленої продукції.

Необхідно зазначити, що ефективне функціонування виробничої системи не повинно обмежуватися лише вибором політики технологічного оновлення машинобудівних підприємств. Варто оцінити всі можливості підприємства щодо реалізації цієї політики.

Для мінімізації впливу ризику при реалізації політики технологічного оновлення на підприємстві, необхідними є виконання наступних вимог: контроль за організацією виробничого процесу; дотримання вимог щодо сертифікації та стандартизації технологій та підвищення контролю за їх якістю; дотримання вимог щодо відповідності процесу технологічного оновлення нормам техногенної та екологічної безпеки; прогнозування конкурентоспроможності продукції, що виготовляється із застосуванням оновлених технологій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Відповідно до отриманих результатів реалізація політики технологічного оновлення на машинобудівному підприємстві потребує вироблення механізму його здійснення з урахуванням найважливіших аспектів діяльності підприємства, що в подальшому забезпечить ефективне функціонування виробничої системи. В результаті дієвої політики оновлення підприємство може забезпечити собі певні переваги порівняно з конкурентами і зростання рівня конкурентоспроможності за такими складовими, як фінанси, споживачі та внутрішні процеси з новими показниками високої якості.

Література

1. Коломієць І. Ф. Інноваційно-технологічний розвиток регіону: сутність та наукові підходи до трактування поняття / І. Ф. Коломієць, Г. В. Гошовська // Регіональна економіка. – 2013. – № 4. – С. 175–181.
2. Бойчик І. Виробнича стратегія, її місце і роль в стратегічному розвитку підприємства / І. Бойчик, В. Васильчук // Вісник ТНЕУ. – 2010. – № 3. – С. 99–104.
3. Орлов П. А. Методический подход к ранжированию проектов реальных инвестиций по социально-экономической эффективности / П. А. Орлов, В. В. Рубан // Бизнес-Информ. – 2007. – № 8. – С. 8–10.
4. Непран А. В. Формування та використання фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в Україні / А. В. Непран // Фінанси України. – 2016. – № 9. – С. 111–127.
5. Федуллова Л. І. Стратегія технологічного розвитку: мікроекономічний підхід / Л. І. Федуллова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2008. – № 628. – С. 674–681.
6. Романишин В. О. Ринок боргових зобов'язань як альтернативне джерело фінансування підприємств в Україні / В. О. Романишин, О. В. Булавинець // Фінанси України. – 2014. – № 11. – С. 116–124.
7. Пирог О. В. Технологічний розвиток промисловості України / О. В. Пирог // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2011. – Вип. 7(2). – С. 248–252.

References

1. Kolomiets I. F. Innovatsiino-tehnolohichniy rozvytok rehionu: sutnist ta naukovi pidkhody do traktuvannya poniattia / I. F. Kolomiets, H. V. Hoshovska // Rehionalna ekonomika. – 2013. – № 4. – S. 175–181.
2. Boichyk I. Vyrobnycha stratehiia, yii mistse i rol v stratehichnomu rozvytku pidpriemstva / I. Boichyk, V. Vasylychuk // Visnyk TNEU. – 2010. – № 3. – S. 99–104.
3. Orlov P. A. Metodicheskij podhod k ranzhiruvaniyu proektov realnyh investitsij po socialno-ekonomicheskoy effektivnosti / P. A. Orlov, V. V. Ruban // Biznes-Inform. – 2007. – № 8. – S. 8–10.
4. Nepran A. V. Formuvannya ta vykorystannya finansovoho potentsialu investytsiinoi diialnosti v Ukraini / A. V. Nepran // Finansy Ukrainy. – 2016. – № 9. – S. 111–127.
5. Fedulova L. I. Stratehiia tekhnolohichnoho rozvytku: mikroekonomichnyi pidkhid / L. I. Fedulova // Visnyk Nats. un-tu «Lvivska politehnika». – 2008. – № 628. – S. 674–681.
6. Romanyshyn V. O. Rynok borhovykh zobov'язan yak alternatyvne dzherelo finansuvannya pidpriemstv v Ukraini / V. O. Romanyshyn, O. V. Bulavynets // Finansy Ukrainy. – 2014. – № 11. – S. 116–124.
7. Pyroh O. V. Tekhnolohichniy rozvytok promyslovosti Ukrainy / O. V. Pyroh // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. – 2011. – Vyp. 7(2). – S. 248–252.

Надійшла / Paper received : 01.09.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 640.41(075.8)

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-34

СИМАКОВА О. О., НИКОЛАЙЧУК О. А.,
СЛАЩЕВА А. В., ПОПОВА С. Ю., ПОПОВА В. В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті проводиться аналіз доступності підприємств готельно-ресторанного господарства для інвалідів та маломобільних груп населення, а також опитування серед співробітників підприємств готельно-ресторанного господарства. Досліджені механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. Створення доступного середовища здатне вплинути на якість послуг, що надаються для всіх категорій споживачів сфери сервісу. В результаті підвищиться лояльність клієнтів і збільшаться доходи підприємства.

Ключові слова: вдосконалення сервісу, доступна середа, особи з обмеженими можливостями здоров'я, підприємства готельно-ресторанного господарства, лояльність клієнтів.

SIMAKOVA O., NIKOLAICHUK O.,
SLASHCHEVA A., POPOVA S., POPOVA V.

Mykhailo Tuhany-Baranovsky Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih

PROBLEMS OF IMPROVING THE ORGANIZATION OF SERVICE IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

The purpose of the study – Identification of problems in creating an accessible environment in the hospitality industry. The study highlights the difficulties in the implementation of inclusive technologies in the functioning of restaurants and hotels, which continue to exist despite the relevance of this issue. One of the most important problems is the incompetence of staff in the specifics of caring for people with disabilities. The study analyzed the availability of hospitality facilities for people with reduced mobility. Also, the level of knowledge and disability awareness of the employees in this service sector was determined using a survey. As a result, it was revealed that social infrastructure facilities have partial accessibility for people with disabilities. It was also found that the adjacent territories and entrances to buildings, paths of movement inside the premises, designated areas, and sanitary facilities do not meet the criteria for accessibility. A survey of employees of the hotel and restaurant complex revealed their lack of qualifications to provide service to people with disabilities. The study also showed that difficulties are caused not only by the lack of appropriate equipment but also by a psychological barrier on the part of the staff. Thus, society in general, and employees in service enterprises, in particular, are not fully ready for communication with people with disabilities. Creating an accessible environment, in turn, can affect the quality of services provided to all categories of customers in the service sector. As a result, customer loyalty and, consequently, business profits will increase.

Keywords: service improvement, accessible environment, people with disabilities, hospitality industry, customer loyalty.

Постановка проблеми. В даний час головною конкурентною перевагою в готельно-ресторанному бізнесі є якісний сервіс. Споживачів приваблює, в першу чергу, сервісне обслуговування, і вони готові платити за нього, так як задоволення, яке отримує в процесі споживання послуги, важливіше, ніж ціна. В умовах конкурентного середовища висококласний сервіс стає більш ефективним інструментом підвищення обсягів продажів, ніж маркетинг. Якісне обслуговування клієнтів стає чинником виживання компанії в довгостроковій перспективі [1]. Водночас, одним з актуальних напрямків є впровадження інклюзивних технологій в сферу послуг. Поняття «інклюзивний» означає залучення кого-небудь в якусь явище.

В Україні майже третина населення країни (близько 30 %) відноситься до категорії осіб з обмеженими можливостями здоров'я (далі – особи з ОМЗ) [2]. Інвалід – це «особа, яка має порушення здоров'я зі стійким розладом функцій організму, обумовлене захворюваннями, наслідками травм або дефектами, що призводить до обмеження життєдіяльності та викликає необхідність її соціального захисту». Дана група є споживачами сервісних послуг і здатна збільшити доходи підприємств гостинності. Удосконалення системи сервісного обслуговування, що задовольняє запити споживачів, в тому числі з ОМЗ, є актуальним напрямком розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В даний час існує велика кількість наукових робіт і публікацій щодо вдосконалення рівня сервісу на підприємствах готельно-ресторанного господарства (ГРГ). Проблеми присвятили увагу наступні дослідники: Ільницька-Гикавчук Г. Я. [1], Назаренко І. А. [3], Краснопецева І. В., Муравйова Д. М. [4], Ключова Ю. С. [5] та ін.

Система сервісного обслуговування передбачає надання широкого спектра додаткових послуг, привабливих для споживача і супроводжуючих основну послугу. Роль додаткових послуг полягає в передбаченні потреб клієнтів і забезпеченні такого рівня обслуговування, за яке вони готові платити.

В цілому, поняття «сервіс» можна визначити як вид професійної діяльності, який би забезпечував задоволення потреб в обслуговуванні [5]. Глибоке розуміння потреб клієнтів має для них особливу цінність. Сама ж націленість на таке розуміння є в даний час елементом ринкової орієнтації компанії.

Виходячи з розуміння сервісу як виду діяльності, спрямованого на підвищення ступеня задоволеності споживачів, можна сформулювати поняття інклюзивного сервісу як комплексу додаткових послуг, які

надають основним послугам особливу привабливість для споживача, в тому числі для осіб з ОМЗ. Для цього потрібне спеціальне обладнання. Перелік нормативних документів, які містять вимоги щодо формування доступного середовища, достатньо широкий і включає Закон України № 876-ХІІ «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» від 21.03.1991 р. (із внесеними змінами від 20.01.2018 р.) та інші документи.

Адаптація підприємств готельно-ресторанному бізнесу для маломобільних груп населення дозволить підвищити якість сервісу, репутацію закладу і виведе його на новий соціальний рівень.

Створення системи інклюзивного сервісу в готельних комплексах включає наступні етапи (рис. 1):



Рис. 1. Основні етапи створення системи інклюзивного сервісу в готельних комплексах

На першому етапі, під час забезпечення доступності готелю і прилеглої території, повинні бути передбачені спеціальні доріжки для інвалідів-візочників, ширина яких становить від 1,5 м і більше, а ухил – 4–6 см на погонний метр. Вхід в готель повинен бути обладнаний пандусом шириною 1–1,1 м з кутом нахилу не більше 30–35 градусів [6]. Площа готельного номера для осіб з ОМЗ повинна становити не менше 28 м². У такому номері повністю відсутні пороги. Ширина дверних прорізів становить не менше 0,9 м. У номері встановлюється спеціальне обладнання для переходу з інвалідного візка на ліжко. Санвузол також повинен бути обладнаний спеціальними поручнями і кнопкою виклику покоївки [6]. На другому етапі створюються паркувальні місця для автомобілів інвалідів. На третьому етапі забезпечується доступність візуальної, звукової, тактильної інформації. Перераховані рекомендації до створення системи інклюзивної сервісу в готелях, за винятком рекомендацій з обладнання номера, можуть бути використані і для ресторанів.

Мега статті – виявлення проблем в створенні доступного середовища на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на актуальність даного питання, існують проблеми з впровадженням інклюзивних технологій на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Більшість закладів не мають адаптованої до потреб маломобільних груп населення інфраструктури. Також при проектуванні елементів доступного середовища залишаються неврахованими деякі аспекти, які в подальшому можуть вплинути на функціонування закладу в загальному. Однією з найважливіших проблем є некомпетентність персоналу в специфіці обслуговування інвалідів.

З метою оцінки доступності для інвалідів та маломобільних груп населення (далі – МГН) об'єктів готельно-ресторанного господарства Кривого Рогу була проведена оцінка доступності готелю, бару і піцерії з використанням методичних рекомендацій з питань забезпечення доступності для інвалідів послуг і об'єктів [6]. Дані наведені у таблиці 1. В цілому, можна зробити висновок, що досліджувані об'єкти мають обмежену доступність для інвалідів та МГН.

Результати проведеного дослідження показують, що прилеглі території та входи в будівлі, шляхи руху всередині будівлі, зони цільового призначення і санітарно-побутові кімнати не відповідають вимогам доступності. Також можемо відзначити, що у всіх обстежуваних закладах одні і ті ж порушення. Потрібна значна доробка об'єктів для підвищення рівня інклюзивного сервісу.

В рамках дослідження проведено опитування персоналу готелів і ресторанів м. Кривий Ріг. У дослідженні взяли участь 100 респондентів, які працюють в індустрії гостинності. При опитуванні співробітників виявлено, що з ними не проводили інструктаж щодо специфіки обслуговування інвалідів та МГН, і це є основною проблемою під час створення доступного середовища. Не володіють навичками спілкування з людьми, які не мають слуху, 66 % опитаних (див. рис. 2).

На питання: чи часто відвідують ваш готель люди з обмеженими можливостями, – 26 % опитаних відповіли, що не відвідують зовсім, а 63 % респондентів відповіли «рідко відвідують», тобто всього лише кілька разів на рік. У той же час дана група є споживачами сервісних послуг і здатна збільшити доходи від основної діяльності підприємств гостинності [7, 8].

Таблиця 1

Результати обстеження доступності об'єктів	
Об'єкт дослідження	Виявлені порушення
Території, прилеглі до будівель	– під'їзд до будівель утруднений; – відсутні стоянки для автомобілів інвалідів-візочників; – відсутні знаки доступності
Входи в будівлі	– відсутні турнікети, пристосовані для інвалідів-візочників; – не дотримано вимог до зовнішніх дверей
Внутрішня інфраструктура будівель	– відсутні тактильні попереджають покажчики перед поворотами; – відсутні огороження під нависаючими елементами; – висота порогів або перепад висоти перевищує допустиме значення; – не дотримано вимог до конструктивних елементів і пристроїв всередині будівлі
Зони цільового призначення	– відсутня необхідна кількість місць для обслуговування інвалідів; – не дотримано вимог щодо мінімальної відстані місць для інвалідів від евакуаційних входів; – відсутні інформаційні позначення
Санітарні кімнати	– відсутнє спеціальне обладнання та системи тривоної сигналізації; – не дотримано вимог до розміщення раковин, дзеркал, поручнів і відкидних сидінь

Чи володієте ви навичками спілкування з людьми, які мають проблеми зі слухом?

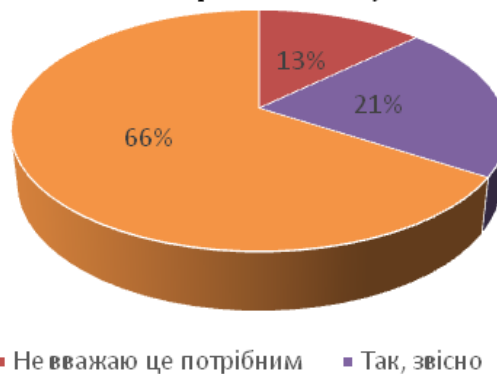


Рис 2. Володіння навичками спілкування з людьми, які мають проблеми зі слухом

Крім відсутності доступного середовища, на підприємствах ГРГ відсутні розважальні заходи для людей з обмеженими здібностями (рис. 3). На рис. 4 представлено розподіл відповідей на питання про використання особами з ОМЗ кнопки виклику.

Чи проводиться в вашому готелі/ресторані будь-які розважальні заходи для людей з обмеженими можливостями, в яких ви приймаєте безпосередню участь?



Рис 3. Проведення заходів для осіб з обмеженими можливостями здоров'я

Чи часто бувають такі випадки, коли люди з обмеженими можливостями використовують кнопку виклику співробітника?

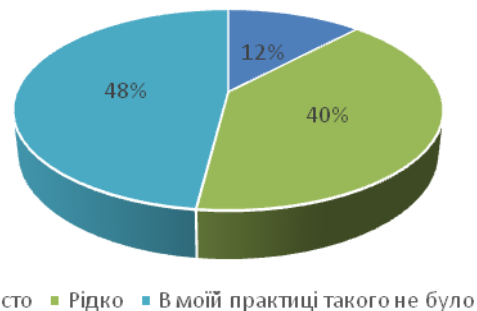


Рис 4. Частота використання кнопки виклику співробітників

Всього лише 12 % респондентів відповіли, що гості користувалися даною кнопкою, а 88 % не стикалися на практиці з такою ситуацією або стикалися рідко. Це свідчить про те, що на даних підприємствах відсутній потік клієнтів з ОМЗ. В цілому, проблеми в створенні доступного середовища на підприємствах ГРГ носять технічний і соціально-психологічний характер:

1) досліджувані об'єкти ГРК мають часткові елементи доступності. Прилеглі території і входи в будівлі, шляхи руху всередині будівлі, зони цільового призначення і санітарно-побутові кімнати не відповідають вимогам доступності;

2) результати дослідження свідчать про недостатню підготовку співробітників до надання послуг особам з ОМЗ. До цих пір в суспільстві в цілому і на підприємствах сервісу зокрема персонал не готовий до контактів з особами з ОМЗ. І рішення цієї проблеми є основним завданням [6, 7].

Виходячи з отриманих результатів, необхідно вдосконалити механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. Створення доступного середовища, в свою чергу, здатне вплинути на якість послуг, що надаються для всіх категорій споживачів сфери сервісу. Заклади з доступним середовищем здатні обслужити більшу кількість клієнтів, тим самим отримати більший прибуток.

Шляхи вирішення проблем вдосконалення сервісу на підприємствах ГРГ:

1. Доопрацювання об'єктів ГРГ для забезпечення їх доступності для інвалідів та МГН. Доопрацювання потрібно як прилеглим до будівель територіям, так і внутрішнім приміщенням.

2. Підвищення кваліфікації працівників підприємств ГРГ – проведення тренінгів та майстер-класів по роботі з особами з обмеженими можливостями здоров'я.

3. Розробка і впровадження інструктажу для працівників готельно-ресторанних комплексів, який підвищить їх професійну компетентність з необхідної комунікації з особами з ОМЗ.

4. Включення в освітні програми вищої та середньої професійної освіти за напрямками «Готельне справа», «Сервіс» і «Туризм» дисципліни «Особливості організації обслуговування осіб з ОМЗ».

5. Поширення інформації про підприємства ГРГ з доступним середовищем в засобах масової інформації та з використанням інтернет-технологій.

6. Проведення спеціальних розважальних заходів для осіб з обмеженими можливостями здоров'я в готельно-ресторанних комплексах – тематичних свят, екскурсійних програм, творчих майстер-класів.

В результаті реалізації даних заходів підвищиться рівень сервісу в готельно-ресторанному бізнесі, що в свою чергу, відіб'ється на лояльності клієнтів. Лояльність виражається в готовності постійно користуватися товарами або послугами певної компанії. Таким чином, лояльність клієнтів готельно-ресторанних комплексів проявляється в тому, що вони пред'являють стабільний попит до послуг готелю чи ресторану.

Для оцінки рівня сервісу на підприємствах ГРГ може бути використаний індекс лояльності клієнтів (NPS – англ. Net Promoter Score) [9]. Цей показник відображає готовність споживачів повторно користуватися послугами компанії. Для вимірювання індексу лояльності необхідно провести опитування клієнтів, попросивши їх оцінити готовність рекомендувати послуги компанії своїм знайомим і друзям за десятибальною шкалою, де 10 балів відповідає високій готовності рекомендувати послугу, а 0 балів – відсутності такої готовності. Після опитування та обробки результатів необхідно розрахувати кількість прихильників компанії, готових дати рекомендації на 9–10 балів. Ті клієнти, які ставляться нейтрально до послуг компанії, готові рекомендувати послуги за шкалою на 7–8 балів. Критичні налаштовані споживачі – це клієнти, які оцінюють свою готовність дати рекомендації на шість балів і нижче. Тоді індекс лояльності клієнтів можна розрахувати наступним чином:

$$NPS = D_s - D_c, \quad (1)$$

де *NPS* – індекс лояльності клієнтів; *D_s* – частка прихильників компанії, %; *D_c* – частка критично налаштованих споживачів, %.

Чим вище показник *NPS*, тим вище лояльність клієнтів по відношенню до даної компанії. Висока лояльність клієнтів характеризується показником, рівним 70–85 %.

Висновки. Таким чином, результати проведеного дослідження показали, що об'єкти ГРГ мають часткові елементи доступності. Опитування співробітників готельно-ресторанних комплексів виявив їх недостатню підготовку до надання послуг особам з ОМЗ. Виходячи з цього, необхідно вдосконалити механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. У статті розроблені шляхи вирішення проблем вдосконалення сервісу в готельно-ресторанних комплексах.

Удосконалення організації обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного господарства за рахунок створення доступного середовища і підвищення рівня підготовки персоналу сприятиме збільшенню потоку клієнтів, в тому числі з обмеженими можливостями здоров'я, підвищить лояльність клієнтів і збільшить доходи підприємств гостинності.

Література

1. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Стан та перспективи розвитку готельного господарства Львівської області / Г. Я. Ільницька-Гикавчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 39–42.
2. Simakova O. Examining a possibility of using purple amaranth in the technology for products made of yeast dough / Yu. Korenets, T. Yudina, I. Nazarenko, Iu. Goriainova // Eastern European Journal of Enterprise technologies: Technology and equipment of food production. – 2018. – Vol. 2, № 11 (92). – P. 57–64.
3. Назаренко І. А. Сучасні тенденції розвитку Спа-готелів України та визначення їх ролі у структурі Спа-індустрії / І. А. Назаренко, О. О. Сімакова, О. А. Боднарчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2018. – Том 1, № 5. – С. 73–77.
4. Краснопевцева И. В. Основные направления повышения качества услуг, предоставляемых предприятиями сферы сервиса / И. В. Краснопевцева, Д. Н. Муравьева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 12–1. – С. 22–27.
5. Ключева Ю.С. Проблемы совершенствования сервиса на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса / Ю.С. Ключева // Вопросы управления. – 2019. – № 03 (58). – С. 236–241.

6. Методичні рекомендації щодо впровадження принципів універсального дизайну від 06.08.2015 / Управління містобудування та архітектури Дніпропетровської облдержадміністрації. – Офіц. вид. – Д. : Дніпроп. облдержадм., 2015. – 77 с. – (Бібліотека офіційних видань).
7. Диха М. В. Здоров'я людини як базова складова людського потенціалу в системі досягнення цілей сталого розвитку України / М. В. Диха // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 20–25.
8. Калініна С. П. Розвиток соціальної політики України в контексті активізації підтримки осіб з інвалідністю / С. П. Калініна // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 43–46.
9. Nikolenko P.G. Theoretical aspects of buyer loyalty / P.G. Nikolenko, V.A. Bocharov, Yu.S. Klyueva, R.M. Bukvić // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. – Zrenjanin. – 2017. – С. 23–25.

References

1. Ilynska-Hykavchuk H. Ya. Stan ta perspektyvy rozvytku hotelnoho gospodarstva Lvivskoi oblasti / H. Ya. Ilynska-Hykavchuk // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2020. – № 1. – S. 39–42.
2. Simakova O. Examining a possibility of using purple amaranth in the technology for products made of yeast dough / Yu. Korenets, T. Yudina, I. Nazarenko, Iu. Goriainova // Eastern European Journal of Enterprise technologies: Technology and equipment of food production. – 2018. – Vol. 2, № 11 (92). – R. 57–64.
3. Nazarenko I. A. Cuchasni tendentsii rozvytku Spa-hoteliv Ukrainy ta vyznachennia yikh roli u strukturі Spa-industrii / I. A. Nazarenko, O. O. Simakova, O. A. Bodnaruk // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2018. – Tom 1, № 5. – S. 73–77.
4. Krasnopeceva I. V. Osnovnye napravleniya povysheniya kachestva uslug, predostavlyаемyh predpriyatiyami sfery servisa / I. V. Krasnopeceva, D. N. Muraveva // Novaya nauka: Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya. – 2016. – № 12–1. – S. 22–27.
5. Klyueva Yu.S. Problemy sovershenstvovaniya servisa na predpriyatiyah gostinichno-restorannogo kompleksa / Yu.S. Klyueva // Voprosy upravleniya. – 2019. – № 03 (58). – S. 236–241.
6. Metodychni rekomendatsii shchodo vprovadzhennia pryntsyviv universalnoho dyzainu vid 06.08.2015 / Upravlinnia mistobuduvannia ta arkhitektury Dnipropetrovskoi oblderzhadministratsii. – Ofits. vyd. – D. : Dniprop. oblderzhadm., 2015. – 77 s. – (Biblioteka ofitsiinykh vydan).
7. Dykha M. V. Zdorovia liudyny yak bazova skladova liudskoho potentsialu v systemi dosiahnennia tsilei staloho rozvytku Ukrainy / M. V. Dykha // Herald of Khmelnytskyi national University. – 2020. – № 1. – S. 20–25.
8. Kalinina S. P. Rozvytok sotsialnoi polityky Ukrainy v konteksti aktyvizatsii pidtrymky osib z invalidnistiu / S. P. Kalinina // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2020. – № 1. – S. 43–46.
9. Nikolenko P.G. Theoretical aspects of buyer loyalty / P.G. Nikolenko, V.A. Bocharov, Yu.S. Klyueva, R.M. Bukvić // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. – Zrenjanin. – 2017. – S. 23–25.

Надійшла / Paper received : 27.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 658.7:658.512.3

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-35

ХАРУН О. А., ГРИЦИНА Л. А.

Хмельницький національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

У статті досліджено сутність понять «аутсорсинг» та «логістичний аутсорсинг», розглянуто його види. Проведено порівняльний аналіз досвіду операторів у сфері логістичного аутсорсингу в Україні та Європі. Наведено основні етапи розвитку світового логістичного аутсорсингу. Охарактеризовано схеми організації логістичних послуг. Виділено чинники привабливості та чинники, які перешкоджають розвитку ринку логістичного аутсорсингу в Україні. Виокремлено основні переваги, ризики і недоліки використання аутсорсингу. Сформовано схему прийняття рішення щодо доцільності реалізації логістичного аутсорсингу.

Ключові слова: аутсорсинг, логістичний аутсорсинг, логістичні послуги; логістичні оператори, переваги і недоліки використання логістичного аутсорсингу.

KHARUN O., HRYTSYNA L.

Khmelnitskyi National University

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS OUTSOURCING IN UKRAINE AND EUROPEAN COUNTRIES

The aim of the article is to analyze the main trends and prospects for the development of logistics outsourcing in Ukraine and European countries. The article explores the essence of the concepts of «outsourcing» and «logistics outsourcing». Among the types of outsourcing are: production outsourcing; IT outsourcing; business process outsourcing; knowledge management outsourcing. Types of outsourcing in logistics include: full outsourcing; partial outsourcing; transformational outsourcing; outsourcing of joint ventures; business process outsourcing. It is established that the globalization of the world economy has become the basis for the formation of the global market for outsourcing services, which makes it possible to study this phenomenon at different levels - both at the individual enterprise level and at the global level. A comparative analysis of the experience of operators in the field of logistics outsourcing in Ukraine and Europe. It is noted that a significant problem is the small experience of Ukrainian outsourcers and therefore a worse understanding of the processes specific to this industry, compared to operators operating in Western Europe. The main stages of development of global logistics outsourcing are given. Schemes of the organization of logistic services are allocated. Factors of attractiveness and factors that hinder the development of the logistics outsourcing market in Ukraine are highlighted. The main advantages, risks and disadvantages of using outsourcing are highlighted. The scheme of decision-making on expediency of realization of logistic outsourcing is formed. The use of logistics outsourcing helps companies solve problems of operation and development in market conditions by reducing logistics costs, accelerating adaptation to environmental conditions, improving the quality of products and services, reducing risks, as it simplifies the organizational structure and organizational procedures, optimizes logistics costs, and improve economic performance, increase manoeuvrability due to the use of unleashed potential, focus on strategic issues.

Keywords: outsourcing, logistics outsourcing, logistics services; logistics operators, advantages and disadvantages of using logistics outsourcing.

Постановка проблеми. Глобалізація світових ринків, посилення конкуренції і постійно зростаючі вимоги клієнтів до якості логістичного обслуговування активізували розвиток практики аутсорсингу, тобто залучення контрагентів для виконання комплексу логістичних послуг. Пристосування параметрів та факторів виробництва вітчизняних компаній до вимог кон'юнктури глобального ринку можливе за умов залучення механізмів логістичного аутсорсингу. Делегування виконання частини своїх бізнес-функцій дає можливість підприємству концентруватися на пріоритетних видах бізнесу й операціях і тим самим забезпечує йому конкурентні переваги. Перехід до аутсорсингової моделі організації діяльності підприємств зумовлений, насамперед, тим, що динамічне і невизначене ринкове середовище висуває нові управлінські завдання, вирішення яких потребує ринкової реконструкції всіх структурних елементів і підсистем управління підприємством з метою безперервної адаптації до зовнішніх і внутрішніх змін [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам дослідження становлення та розвитку логістичного аутсорсингу присвячені дослідження багатьох вчених: Р. Аалдерса, А. Альбекова, Б. Анікіна, А. Антонюк, Є. Багірова, А. Бакута, С. Бондаренко, А. Бархаєв, Н. Вернюк, К. Гавриленко, В. Глазун, Т. Гончарова, М. Григоряк, В. Дергачова, О. Дідух, С. Девочкіна, М. Довба, Н. Вернюк, І. Іртішева, К. Завгороднього, С. Запороженко, О. Зозульова, А. Кальченко, С. Карнаухова, Є. Криківського, М. Кристофера, В. Кулакова, С. Кошкарьова, Д. Ламберта, В. Лученко, І. Новак, І. Максименко, М. Окландера, Д. Островерха, А. Павленка, Г. Прокудіна, Д. Рославцев, Ю. Скрипниченка, Дж. Стока, О. Сумець, А. Ткаченко, О. Тридіда, М. Чернишева, Н. Чернописької, Н. Чухрай, С. Шаповал, О. Школьного, В. Шумаєва, В. Щербак та ін. Аналіз літературних джерел показав, що питання логістичного аутсорсингу вивчене недостатньо в сучасному бізнес-середовищі. У сучасній літературі не повністю висвітлені питання актуальності застосування логістичного аутсорсингу в українських компаніях, основні переваги та недоліки.

Метою статті є аналіз основних тенденцій та перспектив розвитку логістичного аутсорсингу в Україні та європейських країнах.

Виклад основного матеріалу. Розвиток аутсорсинга як окремої стратегії компанії бере свій початок в 80-і роки ХХ століття. Повною мірою вперше аутсорсинг стали використовувати великі компанії-виробники товарів масового споживання в частині товаровиробництва. Саме у цей період багато товаровиробників світового рівня зіткнулися з кризою, яка полягала в тому, що корпорації того часу стали занадто громіздкими, з величезним штатом працівників, з багатомільярдною власністю і виробництвом величезного асортименту товарів. Така ситуація була найбільш типовою для США і посилювалася економічним спадом того часу. Внаслідок цього виникла стійка тенденція, що полягала в прагненні великих компаній відмежуватися від виробництва і зосередитися на управлінні організацією в цілому. Компанії намагалися відмовитися від своїх громіздких виробництв, які вимагають значних фінансових вкладень. З часом виникла потреба у формуванні стратегічних підходів до розвитку логістичного аутсорсингу [2].

Процес передавання підприємством виконання окремих операцій спеціалізованим організаціям відомий у світовій практиці під поняттям «аутсорсинг» (англ. out – зовнішній, source – джерело).

Аутсорсинг – це передавання компанією неосновних для компанії бізнес-процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду – найчастіше з мотивів зменшення витрат на ці бізнес-процеси, або рідше для покращення якості результату: послуг, виготовлюваних комплектуючих тощо [3]. Основним принципом аутсорсингу є те, що підприємство залишає за собою тільки те, що воно може краще зробити за інших. Аутсорсинг визнано однією з найважливіших концепцій у галузі менеджменту протягом останніх 75 років [4, с. 17–18]. Вивчаючи дане питання, науковці розподілися на дві групи: перші розглядають аутсорсинг як передачу бізнес-процесів третій стороні, другі вивчають аутсорсинг як оптимізацію роботи підприємства. Інші науковці, такі як В. В. Дибська, В.І. Сергєєв, Є.І. Зайцев та А.Н. Стерлігова [5], вважають, що логістичний аутсорсинг – це стратегія управління компанією, а не просто вид партнерської взаємодії, де аутсорсинг передбачає певну реструктуризацію внутрішньокорпоративних процесів і зовнішніх відносин фокусної компанії ланцюга поставок.

Для визначення логістичного аутсорсингу Н. І. Чухрай застосовує такі поняття, як «аутсорсинг логістичних процесів» та «контрактна логістика». Під цими поняттями розуміється використання зовнішньої фірми, яка займається дистрибуцією – перевізника, складської фірми або фірми, яка управляє транспортом – для виконання усіх або деяких функцій організації – одержувача послуги у сфері управління матеріалами або дистрибуції продуктів на ринок. Діапазон аутсорсингу в ланцюгу поставок логістичної сфери може бути вузьким, обмеженим закупівлею деяких функцій, таких як транспорт або складування, або широким, який охоплює комплексні угоди, що стосуються управління цілим ланцюгом поставок [6].

Всю сукупність аутсорсингових послуг, що надаються, можна умовно поділити на такі види аутсорсингу:

– виробничий аутсорсинг – сторонній організації передаються частково або цілком виробництво продукції або її компонентів;

– ІТ-аутсорсинг – припускає делегування зовнішній спеціалізованій компанії вирішення питань, пов'язаних з розробкою, впровадженням і супроводом інформаційних систем як цілком на рівні інфраструктури підприємства (супровід устаткування або ПЗ), так і обсягів робіт, пов'язаних з розвитком і/або підтримкою функціонування окремих ділянок системи (програмування, хостинг, тестування і т.д.);

– аутсорсинг бізнес-процесів – використання зовнішніх ресурсів, знань і досвіду, налагодженої інфраструктури постачальника послуг (аутсорсера) для організації та забезпечення власних специфічних функцій і досягнення бізнес-завдань компанії. У більшості випадків аутсорсинг бізнес-процесів припускає передачу стандартизованих поточних процесів компанії;

– аутсорсинг управління знаннями – передбачає управління процесами, які вимагають глибокого вивчення або серйозної аналітичної обробки даних, формування та управління базами знань, які в подальшому можуть використовуватися в тому числі і для підтримки прийняття рішень. Аутсорсинг управління знаннями зараз тільки починає отримувати поширення на території США [7].

Аутсорсинг бізнес-процесів містить велику кількість другорядних функцій. Один з його напрямків – виробничо-господарський аутсорсинг, до якого входять експлуатація об'єктів нерухомості, послуги професійного прибирання, управління транспортним парком підприємства, харчування та ін. До нього також належать управління персоналом, внутрішній аудит, фінанси та бухгалтерія, маркетинг та ін.

Умовно, можна виділити наступні види аутсорсингу в логістиці: повний аутсорсинг, що передбачає передачу постачальникові послуг (аутсорсеру) повністю функції компанії, включаючи контроль над цією функцією, активи функціонального підрозділу; частковий аутсорсинг, передбачає спільне з постачальником послуг керування функцією компанії; трансформаційний аутсорсинг, передбачає передачу постачальникові послуг повністю функції компанії або функціонального підрозділу з метою оптимізації роботи даного напрямку з наступним поверненням компанії; аутсорсинг спільних підприємств, передбачає створення спільного підприємства для керування виділеною функцією; аутсорсинг бізнес-процесів, передбачає аутсорсинг транспортування, зберігання, консолідації відправлень і т.д. [8].

Глобалізація світової економіки стала основою формування світового ринку аутсорсингових послуг, що зумовлює можливість дослідження цього явища на різних рівнях – як на рівні окремого підприємства, так і на глобальному рівні [9].

Аутсорсинг в Україні має свої особливості щодо популярності окремих його видів (рис. 1).



Рис. 1. Популярність аутсорсингу в Україні за видами

Україна вперше в 2017 р. потрапила до ТОП-25 найпривабливіших країн світу у сфері аутсорсингу. З 2014 р. вона піднялася із 41-го на 24-те місце в глобальному рейтингу аутсорсингової привабливості (Global Services Location Index, GSLI), що включає 55 країн, про це йдеться у звіті американської консалтингової компанії А.Т. Kearney [10, с. 95–97]. Як вже вище нами визначено, одним із різновидів аутсорсингу бізнес-процесів є логістичний аутсорсинг, або так звана контрактна логістика (contract logistics), – це використання зовнішньої фірми-оператора (перевізника, складської фірми або фірми, яка управляє транспортом) для виконання усіх або деяких функцій певної організації (замовника) у сфері управління матеріалами або поставки продуктів на ринок.

Пріоритетність послуг логістичного аутсорсингу в Україні зображено на рис. 2.

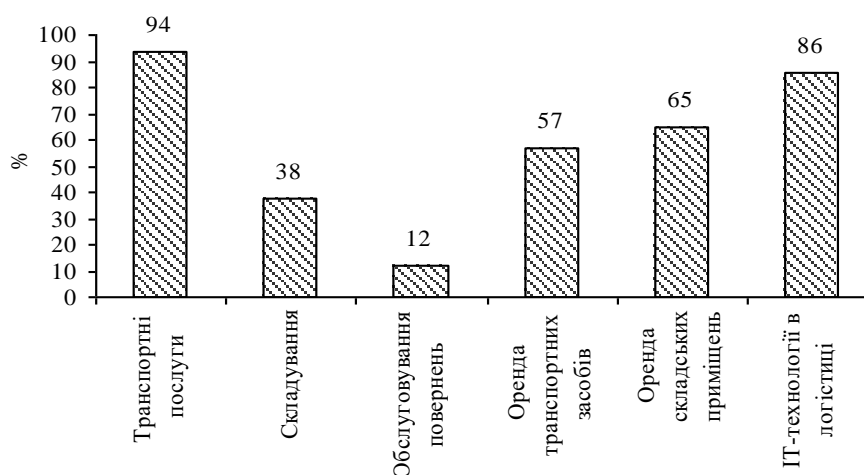


Рис. 2. Пріоритетність послуг логістичного аутсорсингу в Україні

Послуга транспортування є затребуваною на українському ринку, і 94 % компаній готові замовити перевезення вантажів як по території країни, так і в міжнародному сполученні у аутсорсера. Доволі швидко набуває популярності IT-аутсорсинг. Оренда транспортних засобів та складських приміщень у аутсорсерів також є затребуваною, що підтверджують значення 57 % і 65 %, відповідно. Показник 38 % говорить про те, що послуга складування є поширеною і важливою для багатьох українських компаній. Серед найпоширеніших послуг, які виконуються на засадах аутсорсингу в Україні, – транспортування та послуги, пов'язані з розробленням, адаптацією та впровадженням програмного забезпечення логістичних процесів підприємства.

Значним ускладненням під час прийняття рішення про перехід транспортних компаній на аутсорсинг є відсутність операторів, які пропонують повний потрібний спектр логістичних послуг у всіх регіонах України на доступних умовах. Істотною проблемою є невеликий досвід українських аутсорсерів й у зв'язку із цим гірше розуміння процесів, характерних для цієї галузі, порівняно з операторами, які діють у Західній Європі (див. рис. 3).

У сферах зростання гнучкості прослідковується відставання на 21 %, орієнтації на ключові компетенції – 14 %, а використання ефекту синергії – 48 % [11, с. 128–131]. Лідирує український аутсорсер лише у сфері уникнення інвестицій – на 26 %. Аутсорсинг як нова стратегія управління підприємствами активно застосовується провідними компаніями світу, які переносять виробничі потужності та робочі місця з країн розвинутого світу в країни, що розвиваються.

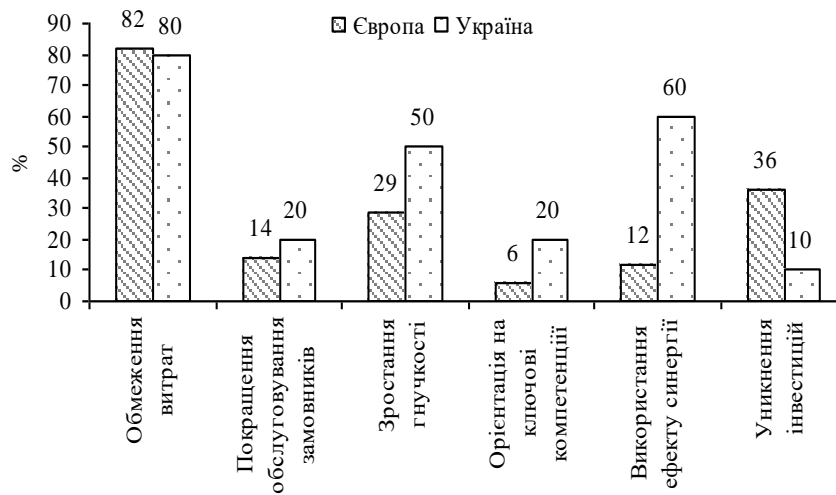


Рис. 3. Порівняльний аналіз досвіду операторів у сфері логістичного аутсорсингу в Україні та Європі

Зокрема, серед країн Америки на аутсорсингу спеціалізуються Аргентина, Бразилія, Чилі, Мексика, Коста-Ріка, Панама, Перу. Серед країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону лідерами з надання аутсорсингових послуг є Індія, Китай, Бангладеш, Індонезія, Малайзія, Філіппіни, Тайланд, В'єтнам. Дослідження регіонів, що спеціалізуються на аутсорсингових послугах в Європі, Африці та на Близькому Сході, дає змогу зосередити увагу на таких країнах, як Болгарія, Чехія, Єгипет, Марокко, Польща, Румунія, Словаччина, Турція, Південна Африка, Україна [12].

Завдяки аутсорсингу в країнах, що розвиваються, створюються нові робочі місця, які вимагають високого рівня знань, а відповідно підвищують попит на освітні послуги (зокрема, технічні спеціальності). Наприклад, визнаним центром у сфері аутсорсингу інформаційних технологій є Індія. Країна містить на своїй території до 80 % світових проектів у цій сфері, а високотехнологічний сектор економіки зростає на 30 % щороку. Лідуючі позиції продавця в міжнародному виробничому аутсорсингу сьогодні належать Китаю завдяки перевагам, пов'язаним із низькою вартістю ресурсів. Все це відповідним чином стимулює економічний ріст у країнах, що розвиваються.

Найбільшим споживачем послуг аутсорсингу бізнес-процесів є ринок Північної Америки (США, Канада). На кінець XX ст. питома вага компаній США, що віддають в аутсорсинг виробничі або сервісні операції, становила 87 %. Другим за значенням ринком-споживачем цього виду послуг є регіони Західної Європи. Третій за величиною замовник послуги аутсорсингу – Японія [13].

Діапазон функцій сучасних логістичних компаній досить широкий і включає наступні основні процеси [14]: доставка клієнтам вантажів у будь-яку частину світу. При цьому часто використовуються інтермодальні перевезення, тобто системи доставки вантажів через декілька державних кордонів декількома видами транспорту за єдиним перевізним документом; митне оформлення вантажів клієнтів. Спеціалізована фірма, яка безперервно працює з митними державними службами, виконуючи послуги, якісніше і швидше ніж митний брокер, який представляє інтереси вантажовласника і працює в цьому напрямі в середньому два рази на місяць; приймання вантажів на відповідальне зберігання на своїх терміналах. Як правило, логістична компанія не лише зберігає вантажі, але і надає послуги з їх накопичення, комплектації партій, упаковки, бракеражу, наклейки етикеток, виписки рахунків, ведення обліку і ін.; надання клієнтам інформації про місце знаходження вантажу.

Відповідно виділяються наступні послуги: транспортно-експедиційні, послуги з митного оформлення, послуги складу, координація процесу закупівель, комплексні послуги. При аутсорсингу комплексних послуг в якості компанії-підрядника виступає єдиний великий логістичний оператор, що має у своєму розпорядженні усі ресурси, необхідні для реалізації логістичних бізнес-процесів по всьому логістичному ланцюжку компанії-замовника. При побудові та реалізації аутсорсингових схем цей вид може стати одним з найважливіших інструментів оптимізації не лише логістичного ланцюжка, але і усій системи управління [15]. Для сучасної логістики дуже важливо, що існує безліч повсякденних операцій, виконання яких може бути передано логістичним провайдером. Можна навести основні етапи розвитку світового логістичного аутсорсингу (рис. 4) [16].

Характеризуючи ринок логістичних послуг, слід зазначити, що він розвивається в загальному фарватері світових стандартів. Відповідно, для нього також характерна передача частини логістичних функцій на аутсорсинг. В даний час виділяють декілька схем організації логістичних послуг [17]: Логістика першого рівня (1PL – First Party Logistics), коли підприємство повністю самостійно здійснює всі логістичні процеси: транспортування, складування, пакування, управління супутніми фінансовими та інформаційними потоками тощо, що означає відсутність аутсорсингу.

Логістика другого рівня (2PL), коли підприємства залучають перевізників та орендують склади, але управляють ланцюгом поставок самостійно, що означає частковий аутсорсинг. Більшість підприємств в

Україні – це 2PL-провайдери, які бувають різних розмірів і користуються транспортно-експедиційними послугами сторонніх підприємств. Логістичні послуги 2PL-провайдерам надають такі популярні Українські підприємства як «Автолюкс», «Нова Пошта», «Нічний експрес», «Інтайм», «ЄвроЕкспрес» та інші.

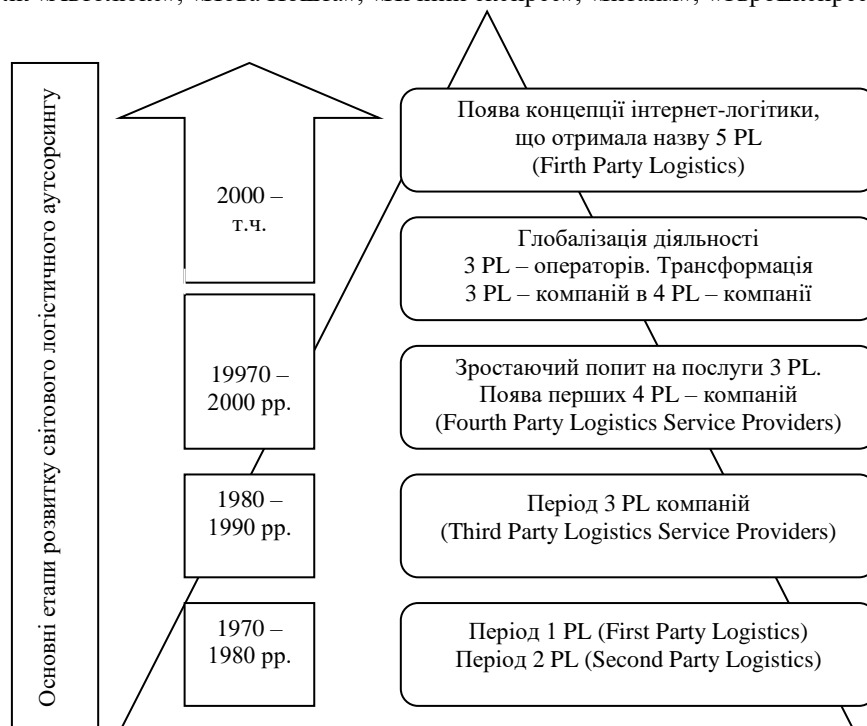


Рис. 4. Основні етапи розвитку світового логістичного аутсорсингу

Логістика третього рівня (3PL) передбачає надання логістичних послуг, які виходять за межі транспортування і складування товарів. Оператор займається перевезенням товару, якщо необхідно – контролює проходження митниці, зберігає та фасує вантажі, займається розподілом, поверненням тари тощо. Він повністю несе відповідальність за збереження вантажу, веде облік залишків і т.п. З боку клієнта цей процес контролюють відповідні менеджери, тобто має місце комплексний логістичний аутсорсинг. Комплексні послуги на сьогодні в Україні надають як міжнародні логістичні компанії, так і українські, в числі яких такі оператори, як «Комора С» і «Українські вантажні кур'єри», Kuehne + Nagel Ukraine, FM Logistics, DHL, Raben і Fiege.

Логістика четвертого рівня (4PL) – інтеграція всіх компаній, залучених в ланцюг поставок. Фактично це процес організування, планування, контролювання та регулювання всіх логістичних процедур одним постачальником послуг з довгостроковими стратегічними цілями. В цьому випадку клієнт тільки виробляє продукцію та займається маркетингом, а всю логістику віддає в руки професіоналів, тобто має місце інтегрований логістичний аутсорсинг у формі оператора управління ланцюгом поставок.

Логістика п'ятого рівня (5PL) – логістика електронної комерції – управління всіма компонентами ланцюга поставок за допомогою електронних засобів інформації. Логістика електронної комерції охоплює стратегічне планування та розвиток всіх необхідних для електронних угод логістичних систем та процесів, а також адміністративне та інформаційне забезпечення для їх фізичного виконання. Загалом, це можна прирівняти до існування віртуального системного інтегратора.

Отже, особливо важливу роль у динамічному розвитку ринку логістичних послуг відіграють суб'єкти ринку – логістичні оператори, точніше, їх співвідношення операторів 3PL, 4PL, 5PL. Зокрема, більша частка за обсягом послуг операторів вищого порядку може характеризувати ринок логістичних послуг як більш інноваційний та конкурентний.

Доцільність використання логістичного аутсорсингу визначається для компанії-замовника в загальному випадку такими основними причинами [18]: недолік знань і досвіду у компанії в області логістики; тісний взаємозв'язок підприємств-виробників і постачальників продукції з підприємствами транспортної галузі в усіх ланках ланцюжка створення доданої вартості; можливість для виробника відмовитися від непрофільних видів діяльності (логістика); підвищення гнучкості, як щодо розвитку власної організації, так і по відношенню до її діяльності на ринках, і досягнення ефекту синергії; використання всіх переваг логістичного підходу до управління власною діяльністю без необхідності розвивати власні компетенції в цій сфері; зниження загальних витрат, зміна структури витрат; комплексне логістичне обслуговування високої якості, яке забезпечує провайдер; підвищення якості послуг для кінцевого споживача, що позитивно відбивається на іміджі компанії-замовника та ін.

Серед чинників привабливості України для зарубіжних аутсорсингових компаній виділяють [19]: зрілий та динамічний ІТ-ринок; значна кількість висококваліфікованих спеціалістів, які володіють

передовими технологіями; розвинена система освіти, велика кількість університетів та науково-дослідних установ; високий рівень володіння англійською мовою серед працюючого населення; процеси економічної та політичної трансформації, орієнтовані на бізнес-моделі Заходу; вигідне географічне розташування; культурна спорідненість із Західною Європою та географічне розташування; нижчий рівень витрат, в т.ч. на заробітну плату.

Необхідно вказати на чинники, які перешкоджають розвитку ринку логістичного аутсорсингу в Україні: відсутність сприятливого інвестиційного клімату, низький рівень розвитку фондового ринку та логістичної інфраструктури, нестабільна фінансово-економічна ситуація, недосконалість контрактних відносин, високий рівень корупції та бюрократичні перепони розвитку підприємництва [20].

У логістичній практиці вітчизняних та європейських підприємств аутсорсинг набирає усе більшої ваги. До прикладу, підприємства залучають до виконання, як логістичні компанії, які як правило, надають вузькоспеціалізовані послуги: транспортування, складського зберігання, декларування (митні послуги), підготовки експортно-імпоротної документації, послуг зі зв'язку із закордонними постачальниками тощо, так і великих логістичних операторів, які надають увесь комплекс послуг таким підприємствам [6, с. 390].

Прийняття рішення про використання аутсорсингу є складним комплексним завданням, що зачіпає стратегічні інтереси, тому воно знаходиться в компетенції вищого менеджменту компанії. Фактично це рішення означає вибір між власним виробництвом і придбанням послуг «на боці» та пов'язане з аналізом як справжнього стану справ у компанії, так і можливих ризиків аутсорсинг-проектів. Можна виокремити основні переваги використання аутсорсингу на підприємствах (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги від використання концепції логістичного аутсорсингу [22]

Переваги	Характеристика
Основне виробництво. Спеціалізація	Концентрація на основній діяльності, найбільш рентабельної для підприємства; підвищення якості комплектуючих; зниження загальних витрат за рахунок відсутності заготівельного та допоміжного виробництва; вивільнення дефіцитного устаткування та висококваліфікованої робочої сили для роботи над ресурсомісткими операціями
Економічного та фінансового характеру	Оптимізація структури витрат; зменшення витрат логістики; скорочення витрат на персонал і приміщення; зменшення адміністративних витрат; зменшення фінансових та виробничих ризиків
Ринкові відносини	Вирішення проблем функціонування й розвитку в ринковій економіці завдяки зменшенню витрат
Гнучкість	Здатність гнучко реагувати на ринкові зміни і внутрішні проблеми компанії; підвищення гнучкості внаслідок використання вивільненого потенціалу; швидко адаптуватися до зовнішніх умов функціонування та покращувати економічні результати
Організаційного характеру	Спрощення організаційної структури; скорочення штату працівників
Нове виробництво (інновації)	Зосередження на розробці нових продуктів і послуг, поліпшення якості продукції послуг; диверсифікація діяльності внаслідок використання потенціалу, що вивільнився
Інвестування	Домогтися підвищення ефективності діяльності промислової компанії без великих інвестувань у високовартісні технології; мінімізація інвестицій в логістику.
Обслуговування клієнтів	Якісний стандартизований сервіс; покращення обслуговування клієнтів; удосконалення якості товарів та послуг; можливість працювати за гнучким графіком; впровадження новітніх технологій; завдання аутсорсингу можна ускладнити або спростити відповідно до поточних вимог

Поряд з перевагами аутсорсингу логістичних послуг, існує низка ризиків і недоліків, які виникають, коли підприємства передають логістичні функції третій стороні як самостійному суб'єкту господарювання: передача важливої інформації про підприємство в «чужі руки»; ризик зниження ефективності праці власного персоналу та втрати ним необхідних знань та досвіду надання функції, що передається на аутсорсинг; у випадку недобросовісності аутсорсера, виникнення форсмажорних обставин або його банкрутства можливі суттєві втрати, пов'язані з необхідністю термінового пошуку іншого аутсорсера або налагодження виконання даної функції власними силами; вірогідність монополізації ринку відповідних послуг окремими аутсорсерами; недотримання прийнятих зобов'язань щодо рівня обслуговування; складність у досягненні зниження витрат (великі тарифні ставки); зниження можливості впливу та контролю за функціями, переданими аутсорсеру [21]. Мінімізувати або навіть повністю уникнути цих ризиків та недоліків дозволить створення логістичного провайдера, який обслуговуватиме підприємства однієї галузі певного регіону та буде підконтрольним цим підприємствам.

Цей висновок підтверджується думкою відомого вітчизняного науковця – фахівця з логістики Є.В. Крикавського, який стверджує, що у багатьох випадках рентабельно користуватися зовнішніми, спеціалізованими засобами, не відмовляючись при цьому від управління ними. У цьому випадку управління зовнішніми засобами повинно зводитися до спільного із зовнішнім оператором визначення цілей, розроблення відповідної тактики, а також встановлення ключових показників, які допоможуть орієнтуватися у поточній ситуації, а також уможливають проведення необхідних коригуючих дій [23]. У найбільш загальному підході прийняття рішення щодо передачі підприємством тих чи інших функцій на аутсорсинг може бути описане таким чином (див. рис. 5) [24].

Алгоритм визначення доцільності передачі функцій на аутсорсинг може включати декілька важливих критеріїв: обсяги реалізації підприємства (значимість товару); частка ринку, яку займає підприємство; переваги, що отримає підприємство від впровадження аутсорсингу. На етапі визначення необхідності застосування аутсорсингу необхідно сформулювати перелік цілей аутсорсингу [25].

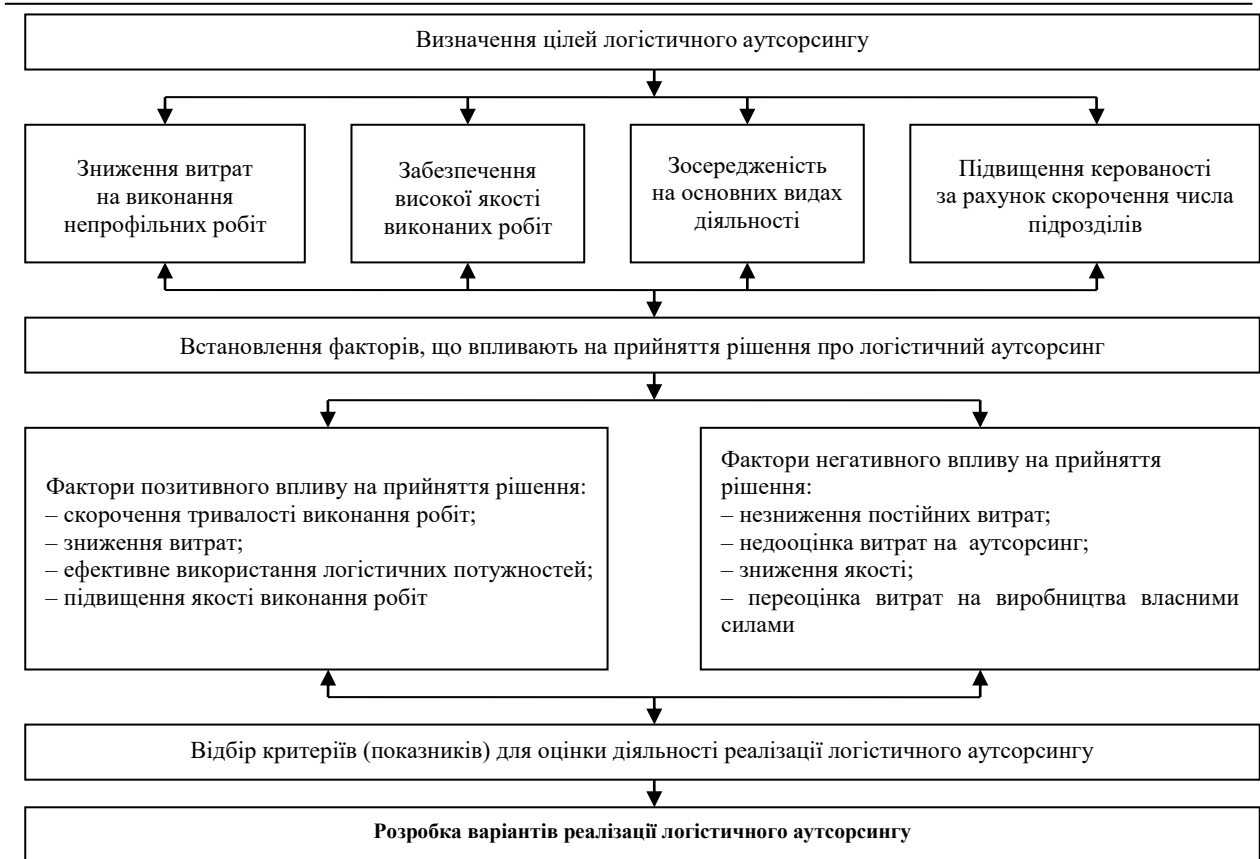


Рис. 5. Схема прийняття рішення щодо доцільності реалізації логістичного аутсорсингу

Отже, логістичний аутсорсинг за останнє десятиріччя набув популярності та широкого застосування вітчизняними підприємствами, що прагнуть суттєво підвищити конкурентоспроможність за рахунок використання нових технологій, реструктуризації менеджменту та оптимізації виробничих процесів. Застосування логістичного аутсорсингу допомагає підприємствам розв'язувати проблеми функціонування й розвитку в ринкових умовах шляхом скорочення логістичних витрат, прискорення адаптації до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризиків, оскільки дає змогу спростити організаційну структуру й організаційні процедури, оптимізувати структуру логістичних витрат і покращувати економічні результати, підвищувати маневреність внаслідок використання вивільненого потенціалу, концентруватися на стратегічних проблемах.

Література

1. Шаповал С.С. Перспективи розвитку логістичного аутсорсингу в Україні / С.С. Шаповал, В.О. Леженко // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – № 1. – С. 273–277.
2. Завгородній К.В. Обґрунтування концепції стратегічної програми розвитку логістичного аутсорсингу на регіональному рівні / К.В. Завгородній // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2016. – Вип. 14. – С. 226–232.
3. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/Логистика>.
4. Gay Ch.L. Outsourcing strategiczny. Koncepcja, modele i wdrażanie / Ch.L. Gay, J. Essinger. – Kraków : Wyd. Oficyna Ekonomiczna, 2002. – 212 p.
5. Дыбская В.В. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / В. В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова. – М. : Эксмо, 2009. – 944 с.
6. Чухрай Н.І. Аутсорсинг в логістиці: європейський і вітчизняний досвід / Н.І. Чухрай, Л.Є. Сухомлин // Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. – 428 с.
7. Кулакова В. Аутсорсинг логістичних бізнес-функцій комерційних підприємств / В. Кулакова, В.Г. Щербак // Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» : 7 грудня 2017 р., Київ. – Київ : КНУТД, 2017. – С. 427–435.
8. Рославцев Д. Дослідження аспектів використання аутсорсингу в логістиці на стратегічному і тактичному рівнях роботи підприємства / Д. Рославцев, А. Бархаєв // Научно-технический сборник. – 2008. – № 82. – С. 292–296.
9. Прокудін Г.С. Аналіз розвитку логістичного аутсорсингу в Україні / Г.С. Прокудін // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Випуск 4 (15). – С. 202–209.
10. Дергачова В.В. Роль та значення міжнародного аутсорсингу: зарубіжний досвід та перспективи його впровадження в Україні / В.В. Дергачова, Д.В. Островерха // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2017. – С. 95–97.
11. Дідух О.В. Визначення основних переваг та недоліків використання аутсорсингу у господарській діяльності підприємств / О.В. Дідух // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3(41). – С. 128–131.

12. Gartner's 30 Leading Locations for Offshore Services [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gartner.com/doc/2667522/gartners-leading-locations-offshore>.
13. Кошкар'юва Є.Л. Сучасні тенденції світового ринку ІТ-аутсорсингу / Є.Л. Кошкар'юва // Вісник Харківського національного університету імені Каразіна. – 2016. – Вип. 91. – С. 153–160.
14. Уотерс Д. Логістика. Управління цілью поставок / Д. Уотерс ; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.
15. Глазун В.В. Аутсорсинг логістичних послуг : реалії та тенденції [Електронний ресурс] / В.В. Глазун, С.Р. Бондаренко, С.І. Запорожченко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електронне наукове фахове видання. – 2019. – № 3 (20). – Режим доступу : <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/20-2019-ukr>
16. Вернюк Н.О. Логістичний аутсорсинг як чинник глобальних конкурентних переваг / Н.О. Вернюк, І.М. Новак, О.О. Школьнік // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7. – С. 184–193.
17. Довба М.О. Аутсорсинг на ринку логістичних послуг: перспективи в Україні / М.О. Довба, О.А. Русановська, Н.Ю. Трофимчук // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2011. – Вип. 7. – С. 70–74.
18. Широкова А.В. Особенности современного аутсорсинга в логистике [Электронный ресурс] / А.В. Широкова. – Режим доступа : <https://ideas.repec.org/a/scn/013908/15615845.html>
19. Вернюк Н.О. Логістичний аутсорсинг як чинник глобальних конкурентних переваг / Н.О. Вернюк, І.М. Новак, О.О. Школьнік // Економіка та управління підприємствами. – 2016. – № 7(181). – 2016. – С. 184–193.
20. Гончарова Т.А. Переваги використання логістичного аутсорсингу [Електронний ресурс] / Т.А. Гончарова. – Режим доступу : <http://eprints.kname.edu.ua/29599/1/47.pdf>.
21. Сумець О. Основні компоненти логістичного менеджменту в аспекті забезпечення безпеки й ефективної логістичної діяльності підприємств / О. Сумець // Коммунальное хозяйство городов. – 2014. – № 111. – С. 194–201.
22. Бакута А.В. Логістичний аутсорсинг як інноваційний метод в управлінні конкурентоспроможністю сучасного підприємства / А.В. Бакута, Д.В. Борисенко // Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет». – 2015. – № 2. – С. 92–97.
23. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. / Є.В. Крикавський, Н. Чухрай, Н.В. Чернописька. – К. : Кондор, 2009. – 320 с.
24. Аалдерс Р. Аутсорсинг: практическое руководство / Р. Аалдерс. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2003. – 470 с.
25. Аутсорсинг: реорганізація системи логістичного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/71747/logistika/outsorsing_reorganizatsiya_sistemi_logistichnogo_upravlinnya.

References

1. Shapoval S.S. Perspektyvy rozvytku lohystychnoho outsorsynhu v Ukraini / S.S. Shapoval, V.O. Lezhenko // Pratsi Odeskoho politekhnichnogo universytetu. – 2011. – № 1. – S. 273–277.
2. Zavhorodnii K.V. Obruntuvannia kontseptsii stratehichnoi prohramy rozvytku lohystychnoho outsorsynhu na rehionalnomu rivni / K.V. Zavhorodnii // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. – 2016. – Vyp. 14. – S. 226–232.
3. Vikipediia – vilna entsyklopediia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://ru.wikipedia.org/Lohystyka>.
4. Gay Ch.L. Outsourcing strategiczny. Koncepcja, modele i wdrazanie / Ch.L. Gay, J. Essinger. – Krakuw : Wyd. Oficyna Ekonomiczna, 2002. – 212 r.
5. Dybskaya V.V. Logistika: integraciya i optimizaciya logisticheskikh biznes-processov v cepyah postavok / V. V. Dybskaya, E.I. Zajcev, V.I. Sergeev, A.N. Sterligova. – M. : Eksmo, 2009. – 944 s.
6. Chukhrai N.I. Outsorsynh v lohistytsi: yevropeyskiy i vitchyzniani dosvid / N.I. Chukhrai, L.Ie. Sukhomlyn // Tezy dopovidei VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Marketynh ta lohystyka v systemi menedzhmentu». – Lviv : Vyd-vo Nats. un-tu «Lvivska politekhnika», 2006. – 428 s.
7. Kulakova V. Outsorsynh lohistychnykh biznes-funktsii komertsiiynykh pidprijemstv / V. Kulakova, V.H. Shcherbak // Materialy II Vseukrainskoi naukovo internet-konferentsii «Osvitno-innovatsiina interaktyvna platforma «Pidprijemnyi initsiatyvy» : 7 hrudnia 2017 r., Kyiv. – Kyiv : KNUITD, 2017. – S. 427–435.
8. Roslavtsev D. Doslidzhennia aspektiv vykorystannia outsorsynhu v lohistytsi na stratehichnomu i taktychnomu rivniakh roboty pidprijemstva / D. Roslavtsev, A. Barkhaiev // Nauchno-tekhnycheskyi sbornik. – 2008. – № 82. – S. 292–296.
9. Prokudin H.S. Analiz rozvytku lohystychnoho outsorsynhu v Ukraini / H.S. Prokudin // Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. – 2018. – Vypusk 4 (15). – S. 202–209.
10. Derhachova V.V. Rol ta znachennia mizhnarodnogo outsorsynhu: zarubizhnyi dosvid ta perspektyvy yoho vprovadzhenia v Ukraini / V.V. Derhachova, D.V. Ostroverkha // Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI». – 2017. – S. 95–97.
11. Didukh O.V. Vyznachennia osnovnykh perevah ta nedolikiv vykorystannia outsorsynhu u hospodarskii diialnosti pidprijemstv / O.V. Didukh // Innovatsiina ekonomika. – 2013. – № 3(41). – S. 128–131.
12. Gartner's 30 Leading Locations for Offshore Services [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.gartner.com/doc/2667522/gartners-leading-locations-offshore>.
13. Koshkarova Ye.L. Suchasni tendentsii svitovoho rynku IT-outsorsynhu / Ye.L. Koshkarova // Visnyk Kharkivskoho natsionalnogo universytetu imeni Karazina. – 2016. – Vyp. 91. – S. 153–160.
14. Uoters D. Logistika. Upravlenie cepyu postavok / D. Uoters ; [per. s angl.]. – M. : YuNITI-DANA, 2003. – 503 s.
15. Hlazun V.V. Outsorsynh lohistychnykh posluh : realii ta tendentsii [Elektronnyi resurs] / V.V. Hlazun, S.R. Bondarenko, S.I. Zaporozhchenko // Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia : elektronne naukovе fakhove vydannia. – 2019. – № 3 (20). – Rezhym dostupu : <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/20-2019-ukr>
16. Verniuk N.O. Lohistychnyi outsorsynh yak chynnyk hlobalnykh konkurentnykh perevah / N.O. Verniuk, I.M. Novak, O.O. Shkolnyi // Aktualni problemy ekonomiky. – 2016. – № 7. – S. 184–193.
17. Dovba M.O. Outsorsynh na rynku lohistychnykh posluh: perspektyvy v Ukraini / M.O. Dovba, O.A. Rusanovska, N.Iu. Trofymchuk // Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. – 2011. – Vyp. 7. – S. 70–74.
18. Shirokova A.V. Osobennosti sovremennogo outsorsinga v logistike [Elektronnyi resurs] / A.V. Shirokova. – Rezhim dostupa : <https://ideas.repec.org/a/scn/013908/15615845.html>
19. Verniuk N.O. Lohistychnyi outsorsynh yak chynnyk hlobalnykh konkurentnykh perevah / N.O. Verniuk, I.M. Novak, O.O. Shkolnyi // Ekonomika ta upravlinnia pidprijemstvamy. – 2016. – № 7(181). – 2016. – S. 184–193.
20. Honcharova T.A. Perevahy vykorystannia lohystychnoho outsorsynhu [Elektronnyi resurs] / T.A. Honcharova. – Rezhym dostupu : <http://eprints.kname.edu.ua/29599/1/47.pdf>.
21. Sumets O. Osnovni komponenty lohystychnoho menedzhmentu v aspekti zabezpechennia bezpeky y efektyvnoi lohistychnoi diialnosti pidprijemstv / O. Sumets // Kommunalnoe khoziaistvo horodov. – 2014. – № 111. – S. 194–201.

-
22. Bakuta A.V. Lohistychnyi outsorsynh yak innovatsiinyi metod v upravlinni konkurentospromozhnistiu suchasnoho pidpriemstva / A.V. Bakuta, D.V. Borysenko // Ekonomichnyi visnyk DVNZ «Ukrainskyi derzhavnyi khimiko-tehnolohichnyi universytet». – 2015. – № 2. – S. 92–97.
23. Krykavskiy Ye.V. Lohistyka: kompendium i praktykum : navch. posib. / Ye.V. Krykavskiy, N. Chukhrai, N.V. Chornopyska. – K. : Kondor, 2009. – 320 s.
24. Aalders R. Outsorsing: prakticheskoe rukovodstvo / R. Aalders. – M. : Alpina Biznes Buks, 2003. – 470 s.
25. Outsorsynh: reorhanizatsiia systemy lohistychnoho upravlinnia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://pidruchniki.com/71747/logistika/outsorsing_reorganizatsiya_sistemi_logistichnogo_upravlinnya.

Надійшла / Paper received : 21.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 658.5:621

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-36

ХОМЕНКО Л. М., ШАПОВАЛ Л. П., РУМЯНЦЕВА Д. І.
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТУ ОПЕРАЦІЙНОГО ЛЕВЕРИДЖУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наводяться результати управління операційним левериджем за раціоналізації співвідношення постійних і змінних витрат та варіації обсягу реалізації машинотехнічної продукції. Запропоновано ефективність роботи машинобудівних підприємств оцінювати за використання методики маржинального аналізу при кількісному вимірі опосередкованих зв'язків і залежностей в умовах циклічного розвитку ринкової кон'юнктури. Здійснювати оцінювання ефекту операційного левериджу за кваліфікованого управління ресурсами промислового підприємства доцільно по кожному із чотирьох факторів першого рівня супідрядності: обсягу реалізації продукції, структурі продаж, собівартості та рівню середньореалізаційних цін. Розглянуто вплив ефекту кривої досвіду при збільшенні виробництва машинотехнічної продукції на зниження змінних витрат за підвищення рівня стандартизації виробничих процесів, кваліфікації та професіоналізму кадрів, удосконалення техніки, технології і організації виробництва.

Ключові слова: машинобудування, завод, фінанси, операційний леверидж, прибуток, стабільність.

KHOMENKO L., SHAPOVAL L., RUMYANTSEVA D.
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskiy National University

FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT

The purpose of the article is to generalize and develop methodological bases, as well as to develop practical recommendations for improvement of the organizational structures of enterprise management with the use of a brigade structure in conditions of intensified competition and increasing quality requirements for products (services).

The requirements for the formation of the labor division structure with the definition of authority and responsibilities of each employee and management body with the establishment of vertical and horizontal connections between them, distribution of authority and responsibilities between employees according to approved job descriptions during the task accomplishment by a brigade. The non-economic factors are that have to be taken into account when justifying the number of brigades are defined, which include in particular accordance of the organizational chart of the management of the enterprise to the structure of goals, quality of information processing and workload of managers. A representative survey regarding obtaining additional services of ethnographic and ecological types of green tourism in Poltava region was conducted. The advantages of introduction of brigade type of management structures of the enterprise are defined: acceleration of manufacturing of innovative products; specific market orientation; customer service quality improvement; adaptation to changing environmental conditions; independent involvement of the required personnel by brigade leaders; absence of functions duplication by functioning units. The requirement of avoiding the potential increase of the risk of losing control of the enterprise during the introduction of the brigade management structure is justified; complications in horizontal coordination of interconnected brigades; availability of a small number of universally highly qualified employees; the complexity of the distribution of financial resources of the enterprise between the brigades; lack of control of the central functional services over the activities of the corresponding brigade divisions.

Key words: organizational structure, brigade, authority, distribution of labor.

Актуальність роботи. В процесі фінансового управління підприємством на етапі розбудови ринкових відносин найскладнішим завданням є оптимізація структури капіталу. Ринкова вартість підприємства максимізується при досягненні раціонального співвідношення використання власних і позикових коштів, при якому забезпечується оптимальний рівень пропорційності між коефіцієнтами фінансової рентабельності та фінансової стійкості. Відомі дослідники в області оптимізації структури капіталу стверджують, що управління структурою повинно здійснюватися за двома основними напрямками: встановлення раціональних пропорцій використання власного і позикового капіталу для конкретного підприємства; залучення на підприємство обґрунтованих обсягів позикового капіталу для досягнення раціональних показників його структури [1–4].

Зростання прибутку підприємства характеризується показником левериджу і відображає основну мету управління різними елементами капіталу. В економічній літературі при оптимізації структури капіталу вирізняють операційний та фінансовий леверидж [2, 9]. Інструментом операційного левериджу виступає раціоналізація співвідношення постійних і змінних витрат та впливу обсягу реалізації на операційний і чистий прибуток підприємства. Сила впливу операційного левериджу визначається відсотковою зміною операційного прибутку при зміні обсягу реалізації продукції підприємства. Значний рівень операційного левериджу відмічається на підприємствах з більш високим рівнем технічної оснащеності [6, 10]. За підвищення технічної оснащеності збільшується питома частка постійних витрат і рівень операційного левериджу. За зростання останнього збільшується ступінь ризику недоотримання виручки, яка потрібна для відшкодування постійних витрат.

Фінансовий леверидж стосується раціонального використання боргових зобов'язань і привілейованих акцій, тобто позикового капіталу, та характеризує взаємозв'язок загального і чистого прибутку. Якщо

операційний леверидж характеризує рівень використання основного капіталу, то фінансовий – залученого капіталу. Фінансовий леверидж виник з появою позичкових коштів в обсязі використаного підприємством капіталу, який дозволяє одержувати додатковий прибуток на власний капітал.

Дослідження щодо раціоналізації співвідношення власного і позикового капіталу, оцінювання, порівняння та формування вартості різних елементів капіталу знайшли своє відображення в наукових працях учених-економістів. Проблеми визначення поточних і стратегічних цілей формування структури капіталу досліджували відомі зарубіжні вчені: Дж. Вахович [3], В.М. Гранатуров [4], Л. Крушвиц [6], Ч. Ли, Д. Финнерти [8], Г.В. Савицкая [9], Хон Д. Ван [3] та вітчизняні: І.О. Бланк, Г.В. Ситник [1, 2], Г.М. Дорожкіна [5], Л.А. Лахтіонова [7], В.П. Савчук [10]. Разом із тим, недостатньо висвітлено проблему впливу чинників на рівень прибутку, який додатково генерується, за раціоналізації співвідношення постійних і змінних витрат при зміні обсягу реалізації продукції за різної частки використання позикових коштів.

Основною метою проведених в даній роботі досліджень було винайдення можливості збільшення прибутковості підприємств за інтенсифікації механізму дії операційного левериджу, цілеспрямованого управління як вартістю, так і структурою капіталу за раціонального співвідношення постійних і змінних витрат.

Матеріал і результати досліджень. Фінансова стійкість промислового підприємства безпосередньо залежить від оптимального поєднання окремих видів активів балансу, основного і оборотного капіталу, постійних і змінних витрат. Інвестування капіталу в основні виробничі фонди підприємств машинобудівного комплексу призводить до зростання постійних за одночасного відносного скорочення змінних витрат. Взаємозв'язок між обсягом виробництва машинотехнічної продукції, постійними і змінними витратами виражається операційним левериджем [8, 9]. Рівень операційного левериджу ($K_{ол}$), від якого залежить фінансова стійкість підприємства, обчислюється відношенням темпів приросту прибутку від основної діяльності ($\Delta П\%$) до сплати податків до темпів приросту обсягу продаж в натуральному або вартісному вираженні ($\Delta VРП\%$): $K_{ол} = \Delta П\% / \Delta VРП\%$.

Рівень операційного левериджу свідчить про ступінь чутливості прибутку до зміни обсягу виробництва машинотехнічної продукції. За високого значення операційного левериджу величина прибутку суттєво змінюється навіть при незначному спаді або збільшенні виробництва продукції. На рис. 1 показана динаміка операційного левериджу по машинобудівним підприємствам Кременчуцького промислового району.

Високий рівень операційного левериджу характерний для машинобудівних заводів із значним рівнем технічного оснащення виробництва. Як видно з рис. 1, найвищий рівень операційного левериджу спостерігається на двох провідних підприємствах промислового району, що досліджуються: ПАТ «Кременчуцький завод дорожніх машин (Кредмаш)» та «Крюковський вагонобудівний завод (КВБЗ)». Кожний відсоток приросту випуску продукції в ПАТ «Кредмаш» за існуючої структури витрат забезпечує приріст валового прибутку на 6–6,5 %. Деяко менше підвищення рівня технічної оснащеності спостерігається у ПАТ «Кременчуцький колісний завод (КрКЗ)», а відповідно і менше значення операційного левериджу. У ПАТ «Кременчуцький автомобільний завод (АвтоКрАЗ)» за аналогічного відсотку приросту випуску продукції валовий прибуток зростає тільки на 2,1–2,3 %. Відповідно, за зниження виробництва продукції прибуток у ПАТ «Кредмаш» буде скорочуватися втричі швидше, ніж у ПАТ «АвтоКрАЗ».

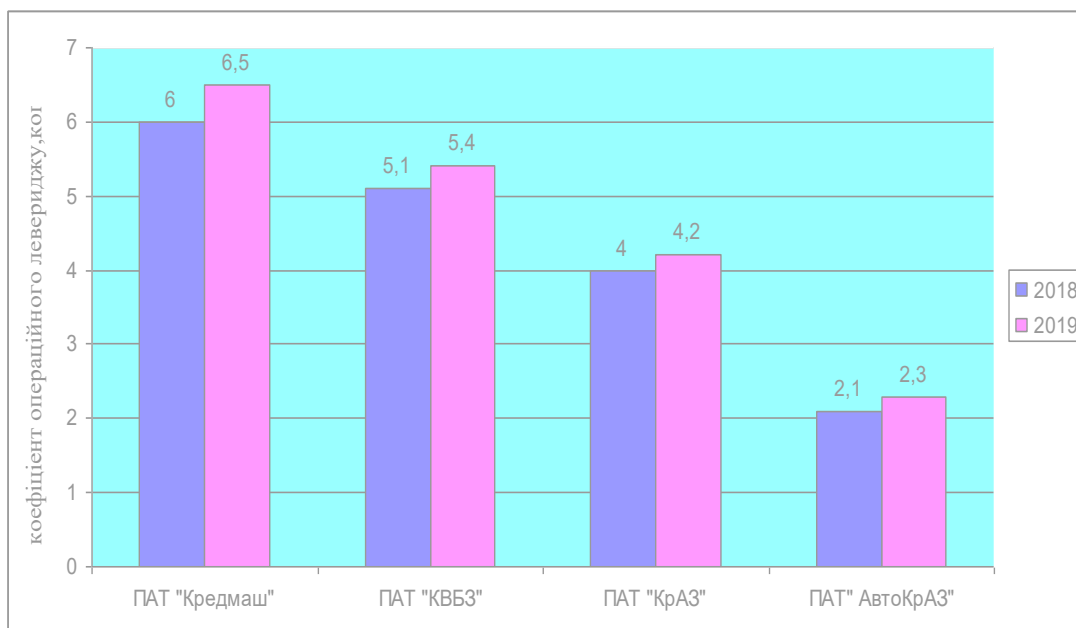


Рис. 1. Динаміка операційного левериджу

Основну частину прибутку підприємства машинобудівної галузі Кременчуцького промислового району отримують від реалізації вантажних автомобілів та вагонів, асфальтозмішувальних установок та

пасажирських вагонів. Прибуток від реалізації машинотехнічних виробів в цілому по підприємству (Π) залежить від чотирьох факторів першого рівня супідрядності: обсягу реалізації продукції ($VP\Pi$); структури продаж (Π_c); собівартості (C_i) та рівня середньореалізаційних цін (Π_i).

$$\Pi = VP\Pi \cdot \Pi_c (\Pi_i - C_i). \quad (1)$$

За використання методики факторного аналізу прибутку застосовують спрощену модель:

$\Pi = VP\Pi \cdot (\Pi_i - C_i)$. В наведеній формулі в повній мірі не враховується взаємозв'язок обсягів реалізації продукції та її собівартості. Як правило, за збільшення обсягів виробництва, а відповідно і реалізації, собівартість одиниці продукції знижується, так як зростає тільки сума змінних витрат, а постійні залишаються незмінними.

В економічно розвинених країнах для забезпечення системного підходу за вивчення факторів зміни прибутку і прогнозування його величини використовують складнішу модель:

$$\Pi = VP\Pi \cdot (\Pi - b) - A; \quad (2)$$

де b – змінні витрати на одиницю продукції; A – постійні витрати на весь обсяг продаж даного виду машинотехнічних виробів.

Наведена залежність застосовується для системного аналізу прибутку від реалізації конкретних видів машинотехнічних виробів. Використання системності в аналітичних розрахунках дозволяє визначити зміну прибутку за рахунок кількості реалізованих виробів, ціни, рівня питомої частки змінних та суми постійних витрат. В табл. 1 наведені дані для факторного аналізу прибутку по асфальтозмішувальній установці КДМ 20137 на рідкому паливі з мікропроцесорною системою управління та рукавними фільтрами.

Таблиця 1

Дані для факторного аналізу прибутку по асфальтозмішувальній установці КДМ 20137

Найменування показника	Значення показника	
	T_0	T_1
Обсяг реалізації виробів ($VP\Pi$), шт.	2	2
Ціна одиниці виробу (Π), тис. грн	9491	9515
Собівартість виробу (C), тис. грн	8325	8335
в тому числі змінні витрати (b)	5910	5918
Сума постійних витрат (A), тис. грн	4829	4834
Прибуток (Π), тис. грн	2332	2360

Асфальтозмішувальна установка КДМ 20137 баштового типу сконструйована за врахування сучасних тенденцій світової дорожньої техніки та побажань споживачів. В установці впровадженні останні розробки спеціалістів конструкторського бюро: грохот з плетеними ситами, дозатор мінерального порошку та пилу з поворотними засувками, фільтр для очищення повітря, яке витискається з банки мінерального порошку під час її заповнення. У бітумній дільниці вперше застосовано додаткове обладнання для модифікування бітуму полімерними добавками. Установка обладнана модернізованою мікропроцесорною системою з блоками управління рукавними фільтрами, агрегатом целюлозної добавки, процесом приготування асфальту за зміни рецептури без зупинки обладнання.

Наводимо послідовність розрахунків впливу кількості реалізованих виробів, ціни, рівня питомої частки змінних і суми постійних витрат на зміну суми прибутку:

$$\Pi_0 = VP\Pi_0 \cdot (\Pi_0 - b_0) - A_0 = 2(9491 - 5910) - 4829 = 2332 \text{ тис. грн.}$$

$$\Pi_{y1} = VP\Pi_1 \cdot (\Pi_0 - b_0) - A_0 = 2(9491 - 5910) - 4829 = 2332 \text{ тис. грн.}$$

$$\Pi_{y2} = VP\Pi_1 \cdot (\Pi_1 - b_0) - A_0 = 2(9515 - 5910) - 4829 = 2381 \text{ тис. грн.}$$

$$\Pi_{y3} = VP\Pi_1 \cdot (\Pi_1 - b_1) - A_0 = 2(9515 - 5918) - 4829 = 2365 \text{ тис. грн.}$$

$$\Pi_1 = VP\Pi_1 \cdot (\Pi_1 - b_1) - A_1 = 2(9515 - 5918) - 4834 = 2360 \text{ тис. грн.}$$

В цілому зміна прибутку склала $\Delta\Pi_3 = 2360 - 2332 = 28$ тис. грн.

В тому числі за рахунок зміни:

– кількості реалізованих виробів $\Delta\Pi_{vpp} = \Pi_{y1} - \Pi_0 = 2332 - 2332 = 0$ тис. грн;

– ціни реалізації $\Delta\Pi_c = \Pi_{y2} - \Pi_{y1} = 2381 - 2332 = 49$ тис. грн;

– питомої частки змінних витрат $\Delta\Pi_b = \Pi_{y3} - \Pi_{y2} = 2365 - 2381 = -16$ тис. грн;

– суми постійних витрат $\Delta\Pi_A = \Pi_1 - \Pi_{y3} = 2360 - 2365 = -5$ тис. грн.

Результати розрахунків засвідчили, що зростання прибутку зумовлене тільки за рахунок збільшення ціни на асфальтозмішувальну установку. В зв'язку із незначним підвищенням собівартості виробу на 0,1% та постійних витрат також на 0,1% сума прибутку дещо зменшилася. Але оскільки темпи зростання ціни на установку КДМ 20137 були вище темпів зростання її собівартості та постійних витрат, то в цілому динаміка прибутку позитивна.

Використання системного підходу при вивченні факторів зміни прибутку і прогнозування його величини за моделлю, що прийнята в економічно розвинених країнах, дозволяє більш правильно визначити

взаємозв'язок обсягів виробництва (продаж), собівартості та прибутку. Методика аналізу прибутку дещо ускладнюється в умовах багато продуктового виробництва. Важливо за системного аналізу впливу факторів на величину прибутку враховувати структуру реалізованої продукції. Для вивчення впливу факторів на зміну суми прибутку від реалізації окремих моделей установок в цілому по заводу необхідно використовувати наступну модель:

$$\Pi = [VPP \cdot \Pi_{ci} (\Pi_i - b_i)] - A. \quad (3)$$

В табл. 2 наведені результати факторного аналізу по конкретному підприємству за умов випуску багатьох моделей асфальтозмішувальних установок.

Проведені за методикою маржинального аналізу розрахунки показали, що прибуток суттєво залежить від обсягу і структури продаж, так як ці фактори одночасно впливають і на собівартість машинотехнічних виробів. Внаслідок зменшення загального обсягу виробництва і реалізації виробів більше постійних витрат приходить на одну асфальтозмішувальну установку. Таким чином, методика маржинального аналізу дозволяє дослідити та кількісно виміряти не тільки безпосередні, але і опосередковані зв'язки і залежності. Використання фінансовими менеджерами широко відомої в економічно розвинених країнах методики маржинального аналізу дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення в області фінансів промислових підприємств.

Таблиця 2

Підсумкові результати факторного аналізу прибутку при реалізації установок

Найменування фактора	Результати розрахунків	
	тис. грн.	%
Обсяг продаж	-35363	-107,0
Структура продаж	31395	95,0
Ціни на установки	50008	151,3
Собівартість установок	-12990	-39,3
В тому числі витрати: змінні	-5905	-17,9
постійні	-7085	-21,4
Всього	33050	100,0

За використання маржинального аналізу доцільно визначати критичний рівень суми постійних витрат для машинобудівного підприємства. Критичний рівень постійних витрат при заданому рівні маржі покриття і обсязі продаж розраховується за формулою:

$$A = VPP \cdot (\Pi - b), \text{ або } A = B D_{мп}, \quad (4)$$

де B – виручка; $D_{мп}$ – доля маржі покриття у виручці.

Суть наведеного розрахунку полягає в тому, щоб визначити максимально допустиму величину постійних витрат. За заданого обсягу продаж, ціни та рівня змінних витрат на одиницю продукції розраховується максимально допустима величина постійних витрат, які покриваються маржинальним доходом. При перевищенні визначеного рівня постійних витрат робота підприємства буде збитковою. Таким чином, критичний рівень постійних витрат виступає одним із важливих показників в управлінській діяльності, за використання якого можна ефективно управляють процесом формування фінансів підприємства.

В процесі управлінської діяльності, за прикладом роботи промислових підприємств в економічно розвинутих країнах, необхідно враховувати вплив ефекту кривої досвіду [8, 9]. По мірі збільшення виробництва, нарощування виробничих потужностей, як правило, поступово знижуються змінні витрати в зв'язку з підвищенням рівня стандартизації виробничих процесів, кваліфікації та професіоналізму кадрів, удосконалення техніки, технології і організації виробництва. Результати досліджень засвідчили, що при кожному подвоєнні виробництва продукції знов створена вартість на одиницю машинотехнічного виробу знижується приблизно на 20–30 % [9, 10]. Управлінському персоналу важливо зрозуміти, що ефект кривої досвіду проявляється не автоматично, а реалізується за умови постійного підвищення кваліфікації персоналу, впровадження нової техніки і раціоналізаторських пропозицій. Так, для підвищення ефективності використання технічних можливостей обробного центру Vcenter – 85B при виготовленні деталей для асфальтозмішувальних установок зі складною геометрією впроваджено підтримуючий центр з плитою для поворотного столу. Змонтовані універсальні вертикальні захвати у комплекті з такалажними скобами для виконання вантажопідйомних операцій під час обробки листових деталей вагою від 25 до 500 кг і товщиною до 16 мм для дорожньої техніки. Виготовлено перший зразок асфальтозмішувальної установки КДМ2097 продуктивністю 100 тон на годину з п'яти фракційною системою грохочення і дозування кам'яних матеріалів для роботи на рідкому паливі. Здійснюється постійний пошук прогресивних та якісних комплектуючих і вузлів, що випускаються спеціалізованими вітчизняними і закордонними підприємствами, в тому числі впроваджені: контролер VIPA серії SL10 (Німеччина); датчик-реле A1F-PS-SS-1-2 (США) та ін. Отримані сертифікат і декларація про відповідність асфальтозмішувальної установки КДМ20137 технічним регламентам України та вимогам Митного союзу. За врахування реалізації можливостей кривої досвіду збільшення виробничої потужності вигідно для машинобудівного заводу оскільки сприяє зростанню

прибутку та скороченню строку окупності постійних витрат. У процесі досліджень здійснена аналітична оцінка управлінського рішення стосовно виконання додаткового замовлення на виготовлення асфальтозмішувальної установки за ціною нижче критичного рівня. Необхідність прийняття додаткового замовлення за ціною нижче собівартості продукції може мати місце за суттєвого спаду виробництва, коли підприємство сформувало незначний портфель замовлень, а тому виробничі потужності не задіяні в повній мірі [6, 9]. Собівартість асфальтозмішувальної установки (С), прибуток та беззбитковий обсяг продаж в такій ситуації розраховуються за формулою:

$$C = (A / \text{ВПП}) + b. \quad (5)$$

Результати проведених розрахунків засвідчили, що при надходженні замовлення на освоєну асфальтозмішувальну установку типу КДМ20137, виготовлення якої не вимагає додаткових постійних витрат, то топ-менеджери заводу можуть прийняти таке замовлення навіть за ціною нижче критичного рівня. В багатьох випадках додаткове замовлення дозволяє значно знизити собівартість одиниці продукції за рахунок нарощування обсягів виробництва і замість збитків отримати прибуток.

Висновки. В умовах розбудови ринкових відносин машинобудівним підприємствам доцільно систематично аналізувати структуру джерел капіталу, оцінювати ступінь фінансової усталеності в роботі та пошуку внутрішніх резервів зі збільшення прибутковості виробництва, а саме: більш повного використання виробничих потужностей, підвищення якості та конкурентоспроможності машинотехнічних виробів, зниження їх собівартості, раціонального використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, скорочення непродуктивних витрат. Ресурсозбереження завжди було, є і буде провідним в підвищенні фінансової стійкості машинобудівного заводу, а саме, за рахунок: впровадження прогресивних норм, нормативів і сучасних технологій, організації дієвого обліку і контролю за використанням ресурсів, впровадженню передового досвіду при здійсненні режиму економії, матеріального та морального стимулювання працівників в боротьбі за економію ресурсів та скорочення непродуктивних витрат. Необхідно системно переглядати виробничу програму за врахування попиту і пропозиції на машинотехнічні вироби, удосконалювати матеріально-технічне забезпечення, здійснювати виважену інвестиційну та цінову політику.

Література

1. Бланк И. А. Энциклопедия финансового менеджмента. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И. А. Бланк. – К. : Эльга: Ники-Центр, 2003. – 412 с.
2. Бланк І. О. Управління фінансами підприємств і об'єднань / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 563 с.
3. Ван Хорн Д. Основы финансового менеджмента / Хорн Д. Ван, Дж. Вахович. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. – 644 с.
4. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения / В. М. Гранатуров. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 387 с.
5. Дорожкіна Г. М. Організаційні аспекти інноваційної діяльності підприємств вагонобудування / Г. М. Дорожкіна // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – № 5 Т. 1 (228) – С. 236–241.
6. Крушвиц Л. Финансирование и инвестиции. Неоклассические основы теории финансов / Л. Крушвиц – СПб : Питер, 2002. – 541 с.
7. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання / Л. А. Лахтіонова. – К. : КНЕУ, 2001. – 387 с.
8. Ли Ч. Финансы корпораций: теория, методы и практика / Ч. Ли, Д. Финнерти ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 582 с.
9. Савицкая Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 320 с.
10. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций / В. П. Савчук – К. : Издательский дом «Максимум», 2001. – 600 с.

References

1. Blank I. A. Encyklopediya finansovogo menedzhmenta. Upravlenie finansovoy stabilizatsiej predpriyatiya / I. A. Blank. – K. : Elga: Niki-Centr, 2003. – 412 s.
2. Blank I. O. Upravlinnia finansamy pidpriemstv i obiednan / I. O. Blank, H. V. Sytnyk. – K. : Kyiv. nats.. torh.-ekon. un-t, 2007. – 563 s.
3. Van Horn D. Osnovy finansovogo menedzhmenta / Horn D. Van, Dzh. Vahovich. – M. : Izd. dom «Vilyams», 2004. – 644 s.
4. Granaturov V. M. Ekonomicheskij risk: sushnost, metody izmereniya, puti snizheniya / V. M. Granaturov. – M. : Delo i Servis, 2002. – 387 s.
5. Dorozhkina H. M. Orhanizatsiini aspekty innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv vahonobuduvannia / H. M. Dorozhkina // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu: Ekonomichni nauky. – Khmelnytskyi : KhNU, 2016. – № 5 Т. 1 (228) – S. 236–241.
6. Krushvic L. Finansirovanie i investicii. Neoklassicheskie osnovy teorii finansov / L. Krushvic. – SPb : Piter, 2002. – 541 s.
7. Lakhtionova L. A. Finansovyi analiz subiektiv hospodariuvannia / L. A. Lakhtionova. – K. : KNEU, 2001. – 387 s.
8. Li Ch. Finansy korporacij: teoriya, metody i praktika / Ch. Li, D. Finnerti ; per. s angl. – M. : INFRA-M, 2000. – 582 s.
9. Savickaya G. V. Metodika kompleksnogo analiza hozyajstvennoj deyatelnosti / G. V. Savickaya. – M. : INFRA-M, 2005. – 320 s.
10. Savchuk V. P. Finansovij menedzhment predpriyatij: prikladnye voprosy s analizom delovoyh situacij / V. P. Savchuk – K. : Izdatelskij dom «Maksimum», 2001. – 600 s.

Надійшла / Paper received : 27.06.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

У статті досліджено основні фактори внутрішнього середовища організації. Показано роль цілей та завдань як засобів формування і розвитку організації. Виділено особливості формування організаційної структури управління. Розглянуто місце технологій у системі елементів організації. Акцентовано увагу на людських ресурсах та культурі управління організацією.

Ключові слова: організація, ціль, структура, технологія, людські ресурси.

TSVIGUN T.

Khmelnitskyi National University

FORMATION OF THE MAIN FACTORS OF THE INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION

The purpose of an enterprise operating on a commercial basis is to make a profit, and for non-profit organizations - to solve within the established budget of the problems for which they are created. As a rule, organizations set and implement not one goal, but several, which are important for their functioning and development. Based on the goals, the organization formulates the tasks to be solved in the process of achieving goals. In the process of fulfilling the set goals, employees are distributed or combined according to the types of work, responsibilities, forming an organizational management structure. The presence of a structure of the organization is due to many factors: the specifics of the enterprise, which requires the performance of certain types of work; technology used to transform resources into the final product; scale of activity, etc. For many companies, technology is a major factor in the internal environment, which determines its competitive advantages. The choice of type of technology depends on the field in which the organization operates. The core of the internal environment of the organization is human resources and their professional qualities. The role of people in the organization is determined by abilities, inclinations, talents, education, qualifications, needs, perceptions, behavior, attitude to work, personal position, understanding of values, environment (composition of the group), the presence of leadership qualities and more. The growing role of the human factor gives grounds for concluding that it is necessary to form in each of them a certain organizational culture that would unite its employees. All internal factors of the organization are interconnected. Changing one of them affects all the others to some extent. Improving one factor, such as technology, is likely to change the staffing structure of employees and their job responsibilities.

Keywords: organization, purpose, structure, technology, human resources.

Організація як відкрита система функціонує і розвивається завдяки наявності в ній певних елементів, які дають можливість своєчасно і адекватно реагувати на сигнали зовнішнього оточення. Внутрішнє середовище організацій повинно містити п'ять факторів, до яких належать: цілі та завдання організації, її структура, технологія і люди, що об'єднують свої зусилля з метою досягнення поставлених цілей. Саме дослідженню цих факторів присвячена дана стаття.

Дослідженню внутрішнього середовища організації відводиться значне місце в працях Ю. Бровкіної, Г. Осовської, І. Падеріна, Г. Саввіної, В. Стадник, М. Йохни, Т. Черниш та ін.

Ціль обирається, конструюється людиною у вигляді ідеальної моделі стану системи у майбутньому, можливість досягнення якої оцінюється людиною (керівником) з урахуванням різних чинників, починаючи від особистих (рівень професіоналізму, співвідношення мотивів і стимулів) і закінчуючи тими, які впливають і впливатимуть на функціонування системи з боку зовнішнього середовища. Останнє встановлює ресурсні та інституційні обмеження, у рамках яких можливе досягнення цілі або вказує засоби її досягнення.

Ціллю підприємства, що працює на комерційних засадах, є отримання прибутку, а для неприбуткових організацій – вирішення в рамках встановленого бюджету тих проблем, заради усунення яких вони створюються.

Як правило, організації ставлять і реалізують не одну ціль, а декілька, які є важливими для їх функціонування і розвитку. За кількістю цілей виділяють прості організації (мають одну ціль) і складні організації (ставлять перед собою комплекс взаємопов'язаних цілей), яких в економіці переважна більшість [4]. Часто цілі функціонування і розвитку можуть суперечити одна одній і їх потрібно узгоджувати, щоб не спричинити ослаблення і навіть руйнування організації. Тому при встановленні цілей необхідно передбачити їх взаємозалежність і спрямованість на загальну мету [2, с. 258].

Під час визначення цілей необхідно дотримуватися ряду вимог:

- 1) цілі повинні бути конкретними, за можливістю містити не тільки якісні, але і кількісні показники;
- 2) цілі повинні бути реальними в даних умовах;
- 3) цілі повинні бути гнучкими, доступними для трансформації і коректування, відповідно до умов діяльності організації;
- 4) оскільки цілі досягаються в результаті спільної діяльності людей, ці люди повинні визнавати їх своїми власними, тобто цілі повинні бути відомі, зрозумілі, близькі більшості членів організації;

5) цілі повинні бути сумісні в часі і просторі. Вони повинні відбивати спільність інтересів. Цілі, не прийнятні хоча б для одного рівня господарювання, зазвичай не виконуються або ж виконання їх гальмується. Тому, визначаючи цілі, необхідно враховувати інтереси всіх сторін бізнесу;

б) цілі не повинні носити насильницький характер.

Важливо, щоб цілі були реальними і досяжними, оскільки в іншому випадку вони будуть служити не мотивуючим, а демотивуючим фактором. Досяжність цілей забезпечується ретельним вивченням середовища, в якому функціонує організація, і її внутрішніх факторів.

Методологічно використання цілей для формування організації передбачає низку послідовних кроків: від встановлення мети до функцій, які мають здійснюватися організацією; від функцій до побудови структури організації, визначення складу її підрозділів і характеру та логіки взаємозв'язків між структурними одиницями. Для цього спершу визначається глобальна, основна ціль організації, потім здійснюється її розподіл на підцілі, склад яких визначається набором потрібних для досягнення головної цілі ресурсів. Процедура розподілу продовжується відносно кожної із підцілей до тих пір, поки не буде достатньою для розв'язання задач на певному управлінському рівні.

Ієрархія цілей оформляється в так зване «дерево цілей», у якому кожна нижча ціль є засобом реалізації (поряд із іншими підцілями цього рівня) найближчої вищої цілі. Якщо ціль – не якийсь оперативний захід разового характеру, тобто, якщо отримання бажаного результату передбачає регулярні цілеспрямовані дії, у збереженні актуальності яких на протязі значного часового інтервалу не доводиться сумніватись, мають бути виділені і структурні одиниці, які відповідатимуть за досягнення результатів. Це значить, що діяльність щодо забезпечення досягнення кожної такої цілі стає функцією структурної одиниці. Кількість і склад структурних одиниць встановлюється за числом вершин графічної моделі. Залежно від трудомісткості виконання функціональних обов'язків чи обсягу робіт структурні одиниці можуть бути більшими чи меншими частинами організації, елементами мікроструктури (робочі місця чи посади), мезоструктури (структурні підрозділи, дільниці, цехи, відділи), макроструктури (самостійні підрозділи організації, наприклад, підприємства, що входять до складу концерну).

Побудова «дерева цілей» дає змогу не лише чітко уявити контури і основні задачі майбутньої організації при її створенні, але і допомагає узгодити діяльність її підрозділів в ході розв'язання будь-якої конкретної задачі, пов'язаної з розвитком цієї організації. «Дерево цілей» дозволяє уявити повну картину взаємозв'язків майбутніх подій, аж до одержання переліку конкретних задач, і одержати інформацію щодо їх відносної важливості.

На основі цілей організація формулює завдання, що мають бути вирішені в процесі досягнення цілей. Завдання більш конкретні і мають не тільки якісні, але і кількісні, просторові і часові характеристики. Завдання – це види робіт, які необхідно виконати певним способом та в обумовлений термін, застосовуючи предмети, знаряддя праці, інформацію, людей тощо [2, с. 259].

Під час розробки структури організації кожна посадова інструкція включає ряд завдань, що є частиною загального обсягу роботи для досягнення мети. Вважається, що якщо завдання виконуються за встановленою технологією і режимом роботи, то організація функціонує ефективно. Існує традиційний розподіл завдань на три групи: робота з людьми; робота з предметами (з машинами, сировиною, інструментами); робота з інформацією.

Важливе значення в роботі має частота повторення завдань і час для їх виконання. Операція по закручуванню гайки на конвеєрі може повторюватися безліч разів за робочий день. На її виконання буде затрачено кілька секунд. Завдання з аналізу економічної інформації вимагають тривалого часу і можуть не повторюватися або повторюватися не часто. Таким чином, управлінська, інтелектуальна робота є більш різноманітною, а час на її виконання збільшується від нижчого до вищого рівня.

Останнім часом збільшується кількість різноманітних завдань навіть для, здавалося б, простих операцій, адже спеціалізація завдань підвищує прибуток, тому що збільшення продуктивності знижує витрати на виробництво.

В процесі виконання поставлених цілей працівники розподіляються або об'єднуються відповідно до видів робіт, виконуваних обов'язків, утворюючи організаційну структуру управління. Організаційна структура управління є логічними взаємовідносинами рівнів управління і видів робіт, які виконують служби або підрозділи, побудовані в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягати цілей організації.

Структура організації – це сукупність елементів і логічних взаємозв'язків між ними, яка дозволяє ефективно перетворювати вхідні ресурси у кінцевий продукт і досягати цілей організації [1, с. 96].

Формування організаційної структури засноване на горизонтальному та вертикальному поділі праці, врахуванні норми керованості та необхідності координації робіт. Горизонтальний поділ праці – це розподіл роботи в організації на складові компоненти та об'єднання управлінців та працівників за спеціалізованими лініями в межах функціональних зон у підрозділи організації.

Розподіл задач, пов'язаних з машинами, устаткуванням, інструментами, сировиною та іншими засобами праці формує виробничу структуру підприємства. Вона найбільшою мірою із перерахованих вище факторів залежить від обраного типу технології. Виробнича структура – це групування конкретних задач у межах виробничих підрозділів (цехів, дільниць), які між собою пов'язані єдиним технологічним ланцюжком.

Поряд із горизонтальним розподілом праці не менш важливим для організації є забезпечення раціонального вертикального розподілу праці, який передбачає розподіл обов'язків відповідно ієрархії

управління (на інституційний, управлінський, технічний рівні), що забезпечує координацію робіт в організації. Це структура апарату управління організацією.

Структура апарату управління – це форма розподілу влади і відповідальності між управлінськими працівниками та сукупності формальних відносин між ними з приводу цього розподілу.

Центральною характеристикою управлінської ієрархії є формальна підпорядкованість осіб на кожному рівні. Менеджер вищого рівня безпосередньо керує кількома підлеглими середньої ланки, які працюють у різних функціональних сферах. Цим менеджерам, у свою чергу, підпорядковується певна кількість лінійних керівників ще нижчого рівня і так далі, аж до рівня простих виконавців.

Наявність тієї чи іншої структури організації обумовлюється багатьма чинниками: специфіка діяльності підприємства, яка вимагає виконання тих чи інших видів робіт; технологія, що застосовується для перетворення ресурсів у кінцевий продукт; масштаби діяльності тощо.

Норма (масштаб) керованості або зона контролю – це чисельність працівників, які підпорядковуються безпосередньо одному керівникові. Якщо зона контролю широка і при цьому є невелика кількість рівнів управління, структуру називають плоскою, багаторівневі структури мають кілька рівнів управління й вузькі сфери контролю.

Під час побудови організаційної структури, в першу чергу, визначаються функції та завдання, які має здійснювати персонал даної організації. Якщо масштаби діяльності організації великі, то працівники, які виконують роботу у межах однієї функції, об'єднуються у спеціалізовані відділи. Залежно від масштабів діяльності фірми ці функції можуть бути об'ємнішими, включати в себе споріднені види робіт (наприклад, фінанси і бухгалтерський облік), або бути більш спеціалізованими. Вибір функціональних областей багато в чому обумовлює можливість успішної діяльності організації. Тому завдання менеджера полягає у тому, щоб створити таку організаційну структуру, яка краще за інші відповідатиме вимогам функціональної спеціалізації і дозволить організації ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем.

Для багатьох підприємств технологія є основним чинником внутрішнього середовища, що зумовлює її конкурентні переваги. Технологія – це спосіб перетворення вхідних елементів (матеріалів, сировини, інформації тощо) у вихідні (продукти, послуги).

Історично технологія формувалася в процесі промислової революції, стандартизації, механізації та автоматизації із застосуванням конвеєрних складальних систем, інформатизації. Кожен із них вніс революційні зміни у процес виготовлення продукції. Але якщо перші три стосувалися в основному виробничих задач, то четвертий дозволив радикально змінити підходи до вирішення завдань усіх типів – починаючи від проектування нового продукту і закінчуючи його інформаційним супроводом впродовж життєвого циклу.

Технологія поділяється на такі групи: технології одиничного, дрібносерійного або індивідуального виробництва; технології масового виробництва; технології безперервного виробництва. Кожна із цих технологій має свою сферу застосування, де вона є найефективнішою. Так, перша ефективна у разі, коли для споживача головним критерієм є якість та унікальність товару; друга – коли домінуючим критерієм є якість і дешевизна, а унікальність на останньому місці; третя – коли потрібно безперервно виготовляти однаковий за характеристиками продукт у великих обсягах. Кожна із названих технологій вимагає при її використанні відповідної організаційної структури, яка опирається на можливості централізації і децентралізації, різної норми керованості при виконанні однотипних, часто повторюваних операцій (як при масовому виробництві) і різнотипних робіт (як при індивідуальному чи дрібносерійному) тощо.

За технологію вирішення управлінських задач, пов'язаних з людьми та інформацією технології бувають багатоланкові, посередницькі та інтенсивні. Багатоланкові технології характеризуються серією взаємопов'язаних задач, які виконуються послідовно (наприклад, складання автомобіля). В основі посередницьких технологій лежать зустрічі людей, які бажають бути взаємозалежними. Така технологія передбачає, що окремі підрозділи організації мають відносну самостійність виконання робіт, оскільки їх завдання не перетинаються між собою. Прикладом може бути діяльність відділень банків, які, зв'язуючи вкладників із позичальниками, черпають фінансові ресурси із одного джерела, не взаємодіючи один з одним. Інтенсивні технології характеризуються багатосторонніми обопільними зв'язками між виконавцями з метою уточнення виконуваної роботи. Тому, наприклад, у лікарнях на так званих п'ятихвилинках розглядають складні випадки лікування пацієнтів, за необхідності скликають консилиум тощо.

Якщо розглядати зв'язок між технологією і структурою організації з урахуванням цієї класифікації, то стає зрозумілим, що при посередницьких технологіях координувати діяльність різних підрозділів досить легко, оскільки вони не є взаємозалежними. Необхідно лише розробити стандартні процедури, правила та інструкції, які забезпечували б однакові показники виконання робочих завдань у всіх підрозділах. Узгоджувати ж роботу послідовно взаємозалежних підрозділів при багатоланкових технологіях складніше, тому що при надходженні ресурсів і їх проходженні виробничими стадіями потрібно враховувати інтереси всіх підрозділів. Найскладніше координувати діяльність обопільно залежних відділів. У цьому випадку необхідно створювати спеціальні інтеграційні механізми, проводити узгоджувальні наради для щоденної координації дій. Прикладом може бути технологія розробки нового продукту і просування його на ринок. Реалізація цієї задачі вимагає постійної координації діяльності різних підрозділів, починаючи від розробки продукту і закінчуючи обслуговуванням покупців цього продукту.

Наведені характеристики існуючих технологій дають можливість менеджерам спроектувати ту організаційну структуру, яка найкращим чином враховуватиме особливості застосовуваної на підприємстві технології і найефективніше її обслуговуватиме.

Вибір типу технології залежить від того, у якій сфері організація здійснює свою діяльність. Так, існують суттєві відмінності між виробничими технологіями і технологіями обслуговування. В першому випадку переважають багатоланкові технології, у другому – посередницькі та обопільні (інтенсивні). При виборі технології також слід звертати увагу на можливість стандартизації та уніфікації, застосування засобів механізації чи автоматизації виробництва.

Стрижнем внутрішнього середовища організації є людські ресурси та їх професійні якості. Роль людей в організації визначається здібностями, схильністю, обдарованістю, освітою, кваліфікацією, потребами, сприйняттям, поведінкою, ставленням до праці, особистою позицією, розумінням цінностей, оточенням (склад групи, до якої входять), наявністю якостей лідера тощо.

Не менш вагомо впливає на поведінку індивіда і зовнішнє оточення. Наприклад, високий рівень безробіття змінює потреби людини в сторону їх спрощення, наближення до первинних потреб. Крім того, у цьому разі організаційне оточення налаштоване конкурентно по відношенню до окремої людини, що примушує її працювати інтенсивніше. Політична нестабільність особливо сильно впливає на людей із нестійким психологічним типом та великими амбіціями. Їхня поведінка може ставати малокерованою і навіть антагоністичною щодо цілей організації.

Окремо слід виділити інституціональні фактори, що впливають на поведінку людини, такі як морально-етичні цінності, що визнаються суспільством, звичаї, традиції, усталені практики виконання роботи, пануюча ідеологія та ментальні моделі дійсності, в тому числі уявлення про типову поведінку, яка гарантує успіх у тій чи іншій діяльності. Вони можуть стосуватися як безпосереднього оточення працівника у конкретній організації, так і мати опосередковану дію, а проявлятися через ментальність людини як такої, що належить до певної нації, народу.

Зростаюча роль людського фактору дає підстави для висновку про необхідність формування в кожній із них певної організаційної культури, яка б поєднувала її працівників і обумовлювала бажаний тип виробничих відносин. У рамках організаційної культури кожен працівник підприємства усвідомлює свою роль у загальній системі виробничих стосунків і те, що від нього очікують як від виконавця певної роботи. У свою чергу, кожен знає, що він отримає від підприємства, якщо належним чином виконуватиме свої обов'язки.

Таким чином, усі внутрішні фактори організації взаємопов'язані. Зміна одного з них у певній мірі впливає на всі інші. Вдосконалення одного чинника, наприклад, технології, скоріше за все, призведе до зміни структури кадрового складу працівників та їх посадових обов'язків тощо.

Література

1. Бровкіна Ю.О. Фактори внутрішнього середовища та їхній вплив на економічну безпеку хлібопекарських підприємств / Ю.О. Бровкіна // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – № 1. – С. 93–99.
2. Черниш Т.О. Діагностика факторів, що впливають на систему стратегічного управління підприємства / Т.О. Черниш, А.Е. Черниш // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – № 7(161). – С. 257–263.

References

1. Brovkina Yu.O. Faktory vnutrishnoho seredovyshcha ta yikhniy vplyv na ekonomichnu bezpeku khlibopekarskykh pidpriemstv / Yu.O. Brovkina // Visnyk Skhidnoievropeiskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. Serii: Ekonomika i menedzhment. – 2015. – № 1. – S. 93–99.
2. Chernysh T.O. Diahnostyka faktoriv, shcho vplyvaiut na systemu stratehichnoho upravlinnia pidpriemstva / T.O. Chernysh, A.E. Chernysh // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia. – 2011. – № 7(161). – S. 257–263.

Надійшла / Paper received : 11.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020

УДК 33.332.338

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-38

ЧУРИКАНОВА О. Ю.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

У роботі представлено соціальні, економічні, екологічні принципи запровадження циркулярної економіки на регіональному рівні. Також в роботі представлено бізнес-моделі циркулярної економіки та проаналізовано їх взаємодію на регіональному рівні.

Ключові слова: циркулярна економіка, бізнес-моделі циркулярної економіки, регіональний розвиток, інновації.

CHURIKANOVA O.

Dnipro University of Technology

INNOVATIVE BUSINESS MODELS OF CIRCULAR ECONOMY AT THE REGIONAL LEVEL

The article is devoted to the issue of introduction of circular business models at the regional level. The article analyzes the principles of the circular economy in general and its introduction at the regional level in particular. Thus, the study presents how the transition from a linear form of economy to a circular one will affect the social and economic spheres of the region. Gradually, the article proved the need to move to a circular form of economy. The study identified five business models of the circular economy: circular deliveries, resource recovery, product lifecycle extensions, platforms for sharing and sharing. The study notes that business models should be considered primarily as a tool for introducing a circular economy and a source of innovation that can be introduced into products or services, organizational or production activities to launch a new innovative product or service, modernizing traditional products or services. The introduction of innovative business models can be aimed both at modernizing the existing model of the company and, in the case of new startup projects, the development of a fundamentally new business model with the development of all key elements from scratch. Each business model is analyzed separately for such parameters as economic and social effect and features of implementation. The introduction of each model at the regional level is also considered. It is noted what problems may arise during the implementation of the model in the conditions of Ukrainian regional policy. Based on the results of the analysis, a scheme of interaction of business models of circular economy and the role of the region in their implementation is formed. The research allowed to establish that innovative business models of circular economy at both regional and state level require the formation of regional policy aimed at stimulating the development of these models through: development of regional investment policy in innovative developments; regional policy to support and further stimulate the development of exchange and sharing platforms; introduction of a policy of benefits for companies on the way to circular development; policy of support at the regional level of circular deliveries; introduction of measures among the society in the direction of change of consciousness towards circular consumption; regional systems of product quality assurance and control.

Keywords: circular economy, business models of circular economy, regional development, innovations.

Вступ. Економічне зростання в рамках традиційної лінійної форми економіки несе вагоме навантаження на навколишнє середовище. В традиційній формі економіки усі процеси проходять за алгоритмом: виробництво–використання–утилізація. Такий алгоритм не тільки формує негативні екологічні наслідки, а й не є ефективним з економічної точки зору через те, що в стані постійної нестачі сировини та ресурсів відбувається постійне та значне подорожчання усієї продукції, що виробляється.

Альтернативна лінійній формі економіки модель економіки замкнутого циклу – циркулярна економіка. При такій формі економіки усі корисні елементи, здобуті з навколишнього середовища, використовуються багаторазово, а економічні системи розбудовуються за алгоритмом природних екосистем, в яких відходи одного природного ланцюга стають матеріалом для розбудови іншого. Перехід від традиційної лінійної моделі економічного розвитку можливий за рахунок активного запровадження екоінновацій.

Циркулярна економіка вже не є новим поняттям для усієї економічної спільноти. Підходи до її запровадження на рівні держави більш-менш чітко окреслені в наукових дослідженнях сучасних вітчизняних та закордонних вчених-економістів. Але, як і загальноприйнята, лінійна форма економіки на регіональному рівні має певні відмінності від державного, так і циркулярна економіка регіонального рівня потребує окремого дослідження.

Експериментальна частина. Регіональна економіка – це така форма економіки, за якої кожний окремих регіон виступає як вузол у загальному ланцюгу економічних відносин. Якщо загальні принципи циркулярної економіки на державному рівні вже достатньо добре висвітлені, то на регіональному вони потребують додаткових уточнень. Можна взагалі сказати, що концепція циркулярної економіки на регіональному рівні з наукової точки зору опрацьована слабо і на теперішній час є лише набором фрагментарних ідей та висловлювань.

Немає сенсу в рамках цього досліджування поглиблюватись у екологічні ефекти запровадження циркулярної економіки, можна лише констатувати той факт, що те, наскільки позитивно впливає концепція циркулярної економіки на навколишнє середовище неможливо недооцінити. Що стосується інших ефектів від циркулярної економіки, то до економічних ефектів можна віднести [1–7]:

- скорочення вартості вихідної сировини і енергії,
- скорочення екологічних платежів і штрафів,

- створення нових ринків «зеленої» продукції,
- скорочення втрат енергії і матеріалів,
- скорочення витрат на утилізацію відходів,
- скорочення витрат на екологічний моніторинг і контроль.

До соціальних ефектів віднесемо наступні:

- створення нових робочих місць в сфері переробки та повторного використання продукції,
- формування нових більш справедливих соціальних відносин через розвиток економіки спільного споживання (sharing economy),
- нарощування суспільних благ.

Загальну систему переваг циркулярної економіки представлено на рис. 1.

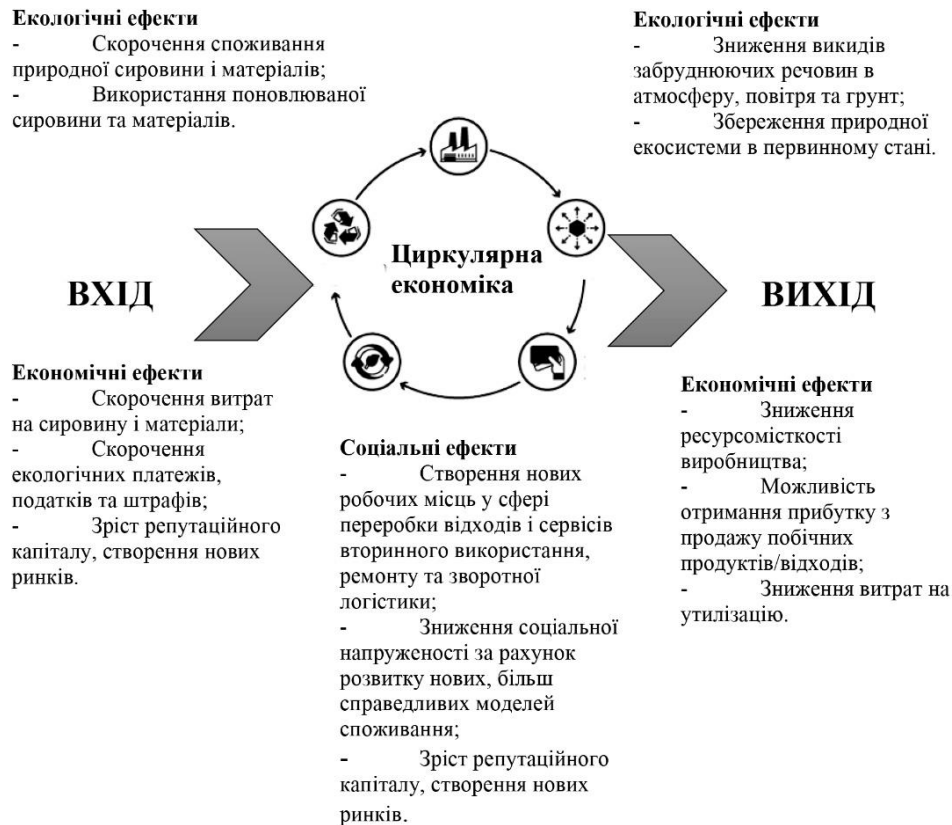


Рис. 1. Переваги моделі циркулярної економіки

З метою досягнення низки означених вище ефектів, на основі світового досвіду, компанією Accenture була розроблена загальноприйнята класифікація інноваційних бізнес-моделей, які можуть реалізовуватись як окремо одна від одної, так і в купі з іншими.

Взагалі поняття циркулярних бізнес-моделей є узагальнюючим для будь-яких бізнес-моделей, які прагнуть до:

- використання якомога меншої кількості ресурсів та матеріалів для виробництва продуктів або послуг;
- продовження терміну використання продуктів чи послуг завдяки їх ремонту чи встановленню;
- завершення життєвого циклу продукту виконання переробки для отримання додаткової вигоди.

Бізнес-моделі слід розглядати, в першу чергу, як інструмент запровадження циркулярної економіки та джерело інновацій, які можливо запровадити у продукти чи послуги, організаційну чи виробничу діяльність з метою випуску на ринок нового інноваційного продукту чи послуги, модернізувавши традиційні продукти чи послуги. Запровадження інноваційних бізнес-моделей може бути спрямоване як на модернізацію вже існуючої моделі компанії, так і у випадку із новими стартап проектами розробки принципово нової бізнес-моделі з розробкою усіх ключових елементів з нуля.

Ролі, які відіграють бізнес-моделі можуть бути одночасно спрямовані на запровадження продуктів, послуг, сервісів, на процеси й організаційні структури, оптимізацію процесів поставок, відкриття нових чи розширення існуючих ринків.

Розглянемо окремо кожен бізнес-модель циркулярної економіки та проаналізуємо її в аспекті регіонального розвитку та формуванні регіональної політики [5–10].

Циркулярні поставщики (Circular suppliers) – це модель, за якої використання ресурсів, що обмежені, повністю замінюються на оновлюванні. В основу цієї моделі покладено науково-дослідні розробки, які

передбачають забезпечення виробництва повністю переробленими та тими, що здатні біологічно руйнуватися ресурсами. Такий підхід покладено до основи системи циркулярної економіки, циркулярного виробництва та споживання.

Відповідно до українських бізнес-моделей циркулярних поставок, то їх запровадження не є широко розповсюдженим та має одиничні приклади реалізації серед українських компаній. Таке становище обумовлено тим, що, як було зазначено вище, запровадження цих моделей потребує суттєвих інвестицій в розробки та інновації, які дозволити собі можуть лише крупні компанії. Регіональна ж інвестиційна політика хоча і передбачає інвестиції в інноваційні розробки, в реальності вони майже відсутні. А отже, за відсутності регіональної політики в напрямку підтримки інноваційного сектору економіки, реалізація бізнес-моделей циркулярних поставок стає важкою до реалізації.

Відновлення ресурсів (Resources recovery) – модель, заснована на використанні технологічних інновацій з відновлення і повторного використання ресурсів, забезпечує усунення їх втрат завдяки зниженню відходів та підвищенню рентабельності виробництва продукції від зворотних потоків. Дана модель є найбільш прийнятною як для підприємств, які виробляють великі обсяги побічних продуктів, так і мають можливість ефективно відновлювати і переробляти відходи.

На українському просторі ми маємо декілька успішних проектів реалізації бізнес-моделей відновлення ресурсів, коли відходи виробництв одного підприємства стають сировиною для іншого. Зазвичай це крупні виробничі підприємства, заводи, переробні фабрики тощо. Крім цього в науковому просторі українських вчених достатньо часто висвітлюються інноваційні підходи та розробки щодо повторного використання ресурсів. Тобто можна зробити висновок про те, що питання відновлення ресурсів є темою актуальною та в постійному фокусі держави та підприємців. Але, поряд із усім вище зазначеним, кількість реально запроваджених інноваційних моделей цього спрямування й досі залишається замалою. Перш за все, таке становище викликано необхідністю значних інвестицій, можлива окупність яких має тривалий час. Поряд із цим, екологічний ефект від таких інноваційних моделей величезний. Тобто питання запровадження таких моделей є питанням державного та регіонального рівнів. Потрібна розробка державних та регіональних програм, виділення необхідних фінансових ресурсів для забезпечення масштабної реалізації програм відновлення ресурсів.

Платформи для обміну та спільного використання (Sharing platforms). Такий тип циркулярних бізнес-моделей базується на обміні або спільному використанні товарів і активів. Реалізація цієї моделі може відбуватись за рахунок просування платформ взаємодії між користувачами продукту (окремими особами чи організаціями), завдяки чому підвищується рівень його використання. Така бізнес-модель може бути корисною для підприємств-виробників, які мають не повністю використані потужності або низький коефіцієнт використання продукту. Дана бізнес-модель призвела до значних змін у сфері відносин споживачів між собою (C2C – consumer to consumer), бізнесу та споживача (B2C – business to consumer), і має значний потенціал в сфері відносин бізнес-бізнес (B2B (business to business)), так як дозволяє потенційним конкурентам співпрацювати з метою розподілу постійних витрат, збільшення використання активів, отримання доходів від спільної експлуатації обладнання та підвищення ефективності в цілому.

Відповідно до цього типу бізнес-моделей можна сказати, що він є більш розповсюдженим та широко застосовуваним. На рівні «клієнт–клієнт» широко застосовуються платформи продажу вживаних товарів, прикладом взаємодії «бізнес–клієнт» може послугувати безліч платформ з послуг бронювання готелів, туризму, транспортних сервісів тощо. На рівні бізнес для бізнесу також, в меншій мірі, але існують платформи для спільного використання виробничих потужностей та обладнання, платформи транспортних перевезень. Використання таких бізнес-моделей дозволяє усім економічним суб'єктам значно економити власні ресурси у своїй діяльності. Такі моделі не потребують додаткових інвестицій у дослідження та розробки або будь-яких інших бо, за своєю суттю, є самостійними бізнес-елементами, формою ефективного заробітку. З боку регіону у цьому випадку потрібна політика підтримки та стимуляції розвитку з метою охоплення якомога більшого числа галузей.

Продовження життєвого циклу продукції (Product life extension) – модель, яка дозволяє компаніям продовжити життєвий цикл використання своїх продуктів за рахунок ремонту, модернізації, реконструкції або відновлення. Більшою мірою підходить для виробників промислового устаткування, де нові моделі забезпечують незначне збільшення продуктивності в порівнянні з більш ранніми.

Світовий досвід реалізації подібних бізнес-моделей, при якому життєвий цикл продукту не закінчується у той період, коли він виходить з ладу, показує, що це не тільки суттєво впливає на навколишнє середовище, а й є доволі вигідною фінансовою справою. Попит на ринку відновлених до нового стану продуктів також свідчить про те, що у таких бізнес-моделей є й підтримка з боку кінцевого споживача. Європейські підприємства активно займаються відновленням побутової техніки, мобільних телефонів, автомобілів, обладнання тощо. При цьому український споживач дуже позитивно сприймає такі продукти, забезпечуючи європейським підприємствам додаткові ринки збуту. Українські ж виробники аналогічних продуктів не використовують таку практику вважаючи її трудомісткою (налагодження каналів збору продуктів для відновлення) та витратною з фінансової точки зору (організація додаткових ліній з ремонту та відновлення). Але Європейський досвід безумовно свідчить про позитивний ефект від запровадження таких бізнес-моделей як для підприємців, так і для держави у цілому. Задачею регіону та регіональної політики в цьому напрямку може стати проведення додаткових стимуляційних заходів як у вигляді

інвестицій, так і у вигляді загальної пропаганди зміни свідомості виробників у бік реалізації цих бізнес-моделей з метою позитивного впливу на регіональні, державні та світові екологічні показники. Підтримка цієї діяльності з боку регіону може також відбуватися і за рахунок організації пільгових умов ведення бізнесу компаніям, які спрямували свій вектор розвитку в бік циркулярних моделей розвитку.

Продукт як послуга (Product as a service) – модель, в якій клієнти використовують продукцію шляхом «оренди» з оплатою за фактом використання. Виступає альтернативою купівлі продукту, надаючи його в користування, наприклад, через договір оренди, лізингу і т.п. У разі, коли виробник зберігає право власності на всі матеріали і обладнання, виникає стимул для створення продукту з довгим життєвим циклом (для забезпечення довговічності контракту на обслуговування), що вимагає мінімального обслуговування (для скорочення накладних витрат на обслуговування і підтримки задоволеності клієнтів), оптимізованого для повторного використання або утилізації окремих його деталей після закінчення терміну його служби.

Означена бізнес-модель нині є достатньо розповсюдженою серед українських підприємств за усіма формами взаємодії: «клієнт–клієнт», «бізнес–клієнт», «бізнес–бізнес». Такі моделі дозволяють і продавцю і користувачу отримувати значні вигоди у порівнянні зі звичайною моделлю купівлі-продажу. В циркулярних бізнес-моделях такого типу є один вкрай важливий момент – продукція має відповідати високим стандартам якості, а отже мати довготривалий життєвий цикл. Українські же бізнес-моделі використання продукту як послуги, переважною більшістю, використовують продукцію імпортного виробництва. А отже, вважати такі моделі повністю циркулярними не виявляється можливим через те, що виробництво продукції для моделі виконується закордонними виробниками. Для реалізації циркулярних принципів, у цьому випадку, необхідно запровадження бізнес-моделей, в основу яких буде покладено продукцію вітчизняного виробництва, а для цього вона має відповідати високим параметрам якості та європейським стандартам. Таким чином, впливає необхідність запровадження систем забезпечення та контролю якості української продукції на державному та регіональному рівнях. Такий підхід, на нашу думку, стане вагомим поштовхом для побудови бізнес-моделі «продукт як послуга», до основи якої буде покладено продукт вироблений в Україні, а отже, принципи циркулярності будуть реалізовані у повному обсязі. Наочно регіональну взаємодію циркулярних бізнес-моделей представлено на рис. 2.

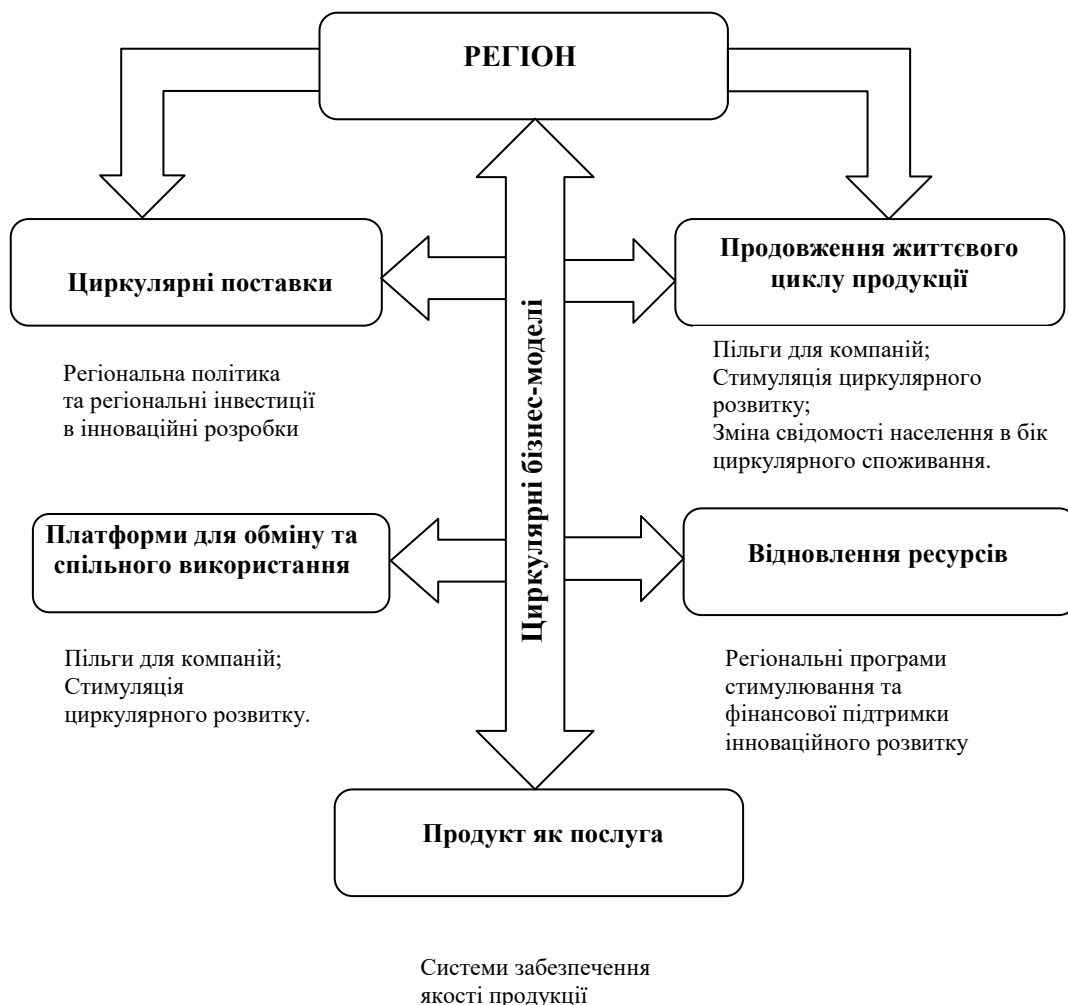


Рис. 2. Бізнес моделі циркулярної економіки та роль регіону в їх запровадженні

Висновки. Проведені дослідження дозволили встановити, що інноваційні бізнес-моделі циркулярної економіки на як регіональному, так і державному рівні потребують формування регіональної політики спрямованої на стимуляцію розвитку цих моделей за рахунок:

- розробки регіональної політики інвестування в інноваційні розробки;
- регіональної політики підтримки та подальшої стимуляції розвитку платформ обміну та спільного використання;
- запровадження політики пільг для компаній на шляху до циркулярного розвитку;
- політики підтримки на регіональному рівні циркулярних поставок;
- запровадження заходів серед суспільства в напрямку зміни свідомості в бік циркулярного споживання;
- регіональних систем забезпечення та контролю якості продукції.

Таким чином, одним з факторів, що стримують впровадження циркулярних бізнес-проектів, є наявність певних бар'єрів, що обмежують доступ до банківського фінансування. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки єдиної методологічної основи оцінки ефективності, окупності та ризиків реалізації подібних проектів з урахуванням заставної вартості матеріальних ресурсів і відходів, що використовуються в циркулярній економіці, збільшення термінів служби активів, а також проведення значної інформаційно-освітньої роботи.

Література

1. Зварич І.Я. Глобальна циркулярна економіка як засіб побудови нового екологічно стійкого суспільства / І.Я. Зварич / Світ фінансів. – 2016. – № 4 (49). – С. 148–155.
2. Александрова В.Д. Актуальность перехода к модели циркулярной экономики в России / В.Д. Александрова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – 11. – С. 106–110.
3. Пахомова Н.В. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития / Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер, М.А. Ветрова // Вестник СПбГУ. Экономика. – 2017. – Т. 33. Вып. 2. – С. 244–268.
4. Люльчак З. С. Сутність та практичне застосування концепцій сталого розвитку та зеленої економіки у промисловості України стосовно ресурсо- та енергозбереження [Електронний ресурс] / З. С. Люльчак, Д. О. Гречанюк // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2013. – № 25(1). – С. 7–17. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecompi_2013_25\(1\)_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecompi_2013_25(1)_3.pdf).
5. Сергієнко-Бердюкова Л.В. Передумови формування та впровадження концепції циркулярної економіки / Л.В. Сергієнко-Бердюкова // Проблеми, теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – № 3 (33). – С. 327–350.
6. Орловська Ю.В. Зелене будівництво як складова політики ЄС щодо розвитку циркулярної економіки / Ю.В. Орловська, Т.Ф. Яковичина, С.С. Орловський // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 5 (05). – С. 365–371.
7. Кваша Т. К. Зелене зростання як альтернативна модель інноваційного розвитку із врахуванням екологічних викликів / Т. К. Кваша, О. Ф. Паладченко // Наука та наукознавство. – 2014. – № 2(84). – С. 50–60.
8. Chris Dedicat Circular economy: what it means, how to get there. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy>
9. Verbeek L. A Circular Economy Index for the consumer goods sector, 2016. URL: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/337188>.
10. Батова Н. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие практики / Н. Батова, П. Сачек, И. Точицкая // Центр экономических исследований БЕРОК. – URL : http://www.beroc.by/webroot/delivery/les/PP_5_rus.pdf.

References

1. Zvarych I.Ya. Global circular economy as a means of building a new ecologically sustainable society / I.Ya. Zvarych / World of Finance. - 2016. - № 4 (49). - P. 148-155.
2. Alexandrova V.D. The relevance of the transition to the model of the circular economy in Russia / V.D. Alexandrova // International Journal of Humanities and Natural Sciences. - 2017. - 11. - P. 106-110.
3. Pakhomova N.V., Richter K.K., Vetrova M.A. Transition to a circular economy and closed supply chains as a factor of sustainable development // Vestnik SPbGU. Economics. 2017. T. 33. Issue. 2. S. 244–268.
4. Lyulchak Z.S. The essence and practical application of concepts of sustainable development and green economy in the industry of Ukraine in relation to resource and energy conservation [Electronic resource] / Z.S. Lyulchak, D.O. Grechanyuk // Economics. Management. Entrepreneurship. - 2013. - № 25 (1). - P. 7-17. - Access mode: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecompi_2013_25\(1\)_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecompi_2013_25(1)_3.pdf).
5. Sergienko-Berdyukova L.V. Prerequisites for the formation and implementation of the concept of circular economy / L.V. Sergienko-Berdyukova // Problems, theories and methodologies of accounting, control and analysis. - 2015. - № 3 (33). - P. 327- 350.
6. Orlovskaya Y.V. Green building as a component of EU policy on the development of the circular economy / Yu.V. Orlovskaya, T.F. Yakovyshyna, Y.S. Orlovsky // Eastern Europe: Economics, Business and Management. - 2016. - № 5 (05). - P. 365-371.
7. Kvasha T.K. Green growth as an alternative model of innovative development taking into account environmental challenges / T.K. Kvasha, O.F. Paladchenko // Nauka ta naukoznavstvo, 2014. - № 2 (84). - P. 50-60.
8. Chris Dedicat Circular economy: what it means, how to get there. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy>
9. Verbeek L. A Circular Economy Index for the consumer goods sector, 2016. URL: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/337188>.
10. Batova N., Sachek P., Tochitskaya I. Circular economics in action: forms of organization and best practices. BEROK Center for Economic Research. URL: http://www.beroc.by/webroot/delivery/les/PP_5_rus.pdf.

Надійшла / Paper received : 03.09.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

УДК 330.341

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-39

ЯДУХА С. Й., МАТВІЙЧУК О. В.

Хмельницький національний університет

ЗМІНА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ – ЗА ЧИ ПРОТИ?

У статті ми дослідили наукові категорії «податок на прибуток» та «податок на вилучений капітал». Обґрунтували їх зміст, наповнення, методологію. Також навели порівняльну характеристику двом системам оподаткування. Після цього виділили позитивні та негативні боки податку на вилучений капітал.

Ключові слова: оподаткування, податок на виведений капітал, податок на прибуток, економічна безпека.

YADUKHA S., MATVIYCHUK O.

Khmelnitskiy National University

CHANGING THE TAX SYSTEM - FOR OR AGAINST?

Currently in Ukraine there is a system of corporate income taxation. It fully complies with international standards. Corporate income tax - the main tax for legal entities, because it is the profit is the main purpose of any enterprise, and this tax can both restrain and stimulate its development.

The idea of introducing a tax on withdrawn capital has been discussed in our society for several years. Many of the experts voice their arguments both for the introduction of such a model of taxation and against. And each of them has its own strong arguments. Let's try to understand them and draw our own conclusion about the feasibility of such a radical change in the tax system.

The purpose of the article is to consider an alternative to income tax enterprises and substantiation of expediency of its transformation into a tax on the withdrawn capital.

The article provides a general description of income tax and withheld capital tax. Prospects for reform are also considered in the tax on the withdrawn capital in the conditions of economic fall and loss

enterprises. A comparative analysis of corporate income tax and withheld capital tax has been conducted, and it has been clarified how the transformation of the tax will affect business entities and the country's economy as a whole. Highlights the pros and cons of the new tax system.

At the same time, there is no doubt about the need for a comprehensive solution to the problem - not only changing the tax system, but also introducing a set of legislative changes in the field of business and investment protection, protection of private property and other guarantees, rights and freedoms.

Keywords: taxation, tax on withdrawn capital, income tax, economic security.

Постановка проблеми. Наразі в Україні діюча система оподаткування прибутку підприємств. Вона повністю відповідає міжнародним стандартам. Податок на прибуток підприємств – основний податок для юридичних осіб, оскільки саме прибуток є основною метою діяльності будь-якого підприємства, а даний податок може як стримувати, так і стимулювати його розвиток [9, с. 284].

Ідея впровадження податку на виведений капітал обговорюється в нашому суспільстві вже кілька років. Багато хто з експертів озвучують свої доводи як за впровадження такої моделі оподаткування, так і проти. І в кожного з них є свої вагомі аргументи. Спробуємо в них розібратися й зробити власний висновок стосовно доцільності такої корінної зміни системи оподаткування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій Актуалізація питань питання реформування податку на прибуток підприємств є досить спірним, хтось за, а хтось категорично проти введення податку на виведений капітал. Це питання досліджували Т. Шевцова, О. Шемяткін, П. Себастьянович, Е. Курганський, О. Соколовський, І. Таптунова та ін. Оподаткування доходів бізнесу досліджували в своїх працях такі науковці, як Т.М. Шульга, В.П. Хомутенко, А.В. Хомутенко, Л.Д. Тулуш та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – детальна характеристика та порівняльний аналіз податку на прибуток та податку на виведений капітал. Розібрати на проблемах та недоліках, які сьогодні є в оподаткуванні, шляхи покращення. Підняття нагальності зміни системи оподаткування та зміст податку на вилучений капітал і необхідність його прийняття.

Викладення основного матеріалу дослідження. Почнемо з екскурсу в історію. Незважаючи на істотний резонанс, модель оподаткування податком на виведений капітал працює лише в декількох європейських країнах – в Естонії з 2000 року, у Грузії з 2017 року та в Латвії з 2018 року. В усіх інших європейських державах у тому чи тому вигляді функціонує корпоративний податок – аналог нашого податку на прибуток. При цьому правила оподаткування є досить різноманітними (від найпростіших до досить вимогливих) і діють різні податкові ставки.

В Україні над ідеєю заміни податку на прибуток податком на виведений капітал працюють щонайменше з 2017 р. У липні 2018 р. відповідний законопроект подавався до парламенту тодішнім президентом Петром Порошенком, але його так і не було ухвалено [4].

Безпосередня суть податку на виведений капітал в усьому цивілізованому світі підприємства (юридичні особи та прирівняні до них утворення) сплачують податок на приріст капіталу. Різновидом цього податку якраз і є, звичний для нас, податок на прибуток. В ідею податку на прибуток покладено оподаткування різниці між доходами та витратами підприємства, при чому держава може не визнавати певні

витрати, вимагати коригувати прибуток на певні суми [6]. В основу розрахунку, як правило, покладений або бухгалтерський прибуток (наприклад, більшість країн ЄС, Україна зараз), або особливі податкові правила визнання доходів і витрат (наприклад, США, Україна з 1997 по 2010 р.).

Якщо підсумувати, суть податку на прибуток – це оподаткування чистого притоку ресурсів до підприємства, що призводять до зростання його капіталу.

Податок на вилучений капітал – це оподаткування відтоку ресурсів з підприємства що оподатковуємо. Фінансова звітність є невід’ємною частиною декларації з податку на прибуток та подається до ДПС Фінансова звітність, а відтак ДПС уже не потрібна, так як не визначає базу оподаткування. Однак, приріст капіталу можна оподаткувати ще й непрямым чином – тоді, коли його «забирає» собі власник.

Суть податку на виведений капітал – це оподаткування не прибутку, а тільки таких операцій, як виплата дивідендів, виплата безповоротної фінансової допомоги, безоплатна передача товарів, робіт, послуг, роялті, відсотки, продаж за цінами, що нижчі ринкових та інші подібні операції, які призводять до виведення капіталу за межі юридичної особи [7].

Пропонуємо розглянути детальніше, які операції прирівняні до операцій з виведення капіталу:

- виплата процентів, комісій, винагород, відшкодування, штрафів, пені, що сплачені нерезидентам-пов’язаним особам і нерезидентам, зареєстрованим у державах з низько податковими юрисдикціями;
- виплати коштів, що перераховуються нерезидентам, у межах договорів страхування або перестрахування на користь страховиків-нерезидентів;
- передача майна неплатнику податку без висування вимог щодо компенсації вартості такого майна чи його безоплатна передача (включаючи роботи, послуги), за виключенням передбачених законодавством винятків;
- виплата чи надання фінансової допомоги неплатнику податку, яка не підлягає поверненню або надана пов’язаній особі, або надана непов’язаній особі та залишається неповернутою протягом 12 місяців, за виключенням передбачених законодавством винятків;
- виплата, що здійснюється у грошовій формі чи іншій формі неприбутковим підприємством, установою, організацією;
- виплата чи переказ, що здійснюється у зв’язку з переказом коштів з рахунків в українських банках на іноземні рахунки платника податку, за виключенням передбачених законодавством винятків;
- виплата чи переказ, що здійснюється у зв’язку з погашенням зобов’язань, що виникли за договорами, виконання яких не призводить до зарахування коштів на рахунки платників податку в українських банках, або до отримання платником податку майна, робіт, послуг, за виключенням передбачених законодавством винятків;
- виплата чи переказ, що здійснюється у зв’язку з вкладенням в об’єкти інвестицій (в тому числі придбанням майна), які перебувають за межами території України, за виключенням передбачених законодавством винятків;
- виплати, що здійснюються у зв’язку з придбанням робіт, послуг у неплатника податку – нерезидента;
- передача майна, виконання робіт, надання послуг неплатнику податку – нерезиденту, за договором, який передбачає виплату компенсації вартості надання таких послуг [10].

Податок на виведений капітал не передбачає обліку доходів і витрат, фінансового результату – все це не є базою оподаткування. Більше того, ДПС обіцяє перевести все в автоматизований режим. А це значить, що вона передбачатиме наступні елементи:

- створення Реєстру платників податку на виведений капітал;
- створення системи кодифікації господарських операцій.
- бухгалтеру доведеться проставляти коди операцій у платіжних документах;
- інформацію щодо операцій треба буде подавати через електронний кабінет щодня;
- здійснюватиметься автоматизований аналіз податкової інформації, про результати якої платник податку знатиме до 10-го числа третього місяця кварталу, який настає за звітним;
- звітним буде квартал, а в окремих випадках – рік.

Сплачувати ПБК буде підприємство, яке виводить капітал (як податковий агент). Крім цього, існуючими проектами пропонується зменшувати суму податку на виведений капітал на вирахування, до яких можуть належати: сплачені суми ПБК по фінансовій допомозі, у разі її повернення; сплачені суми ПБК при здійсненні вкладів до статутного капіталу чи спільної діяльності, у разі їх повернення; сплачені суми податку на майно (податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, транспортний податок, плата за землю) [1].

Ми розглянули в теоретичному плані поняття «податок на прибуток» та «податок на вилучений капітал», тепер пропонуємо розглянути порівняльну характеристику на основі таких характеристик: база оподаткування, ставка податку, міжнародні транзакції, оподаткування видатків, які не стосуються бізнесу, оподаткування інвестицій, оподаткування операцій з пов’язаними особами щодо товарів-послуг-прав власності, оподаткування кредитів-відсотків за кредитами від пов’язаних осіб (див. табл. 1).

Тепер пропонуємо виділити плюси та мінуси нового податку на виведений капітал [7].

Переваги моделі оподаткування виведеного капіталу очевидні.

1. Створюються стимули для ділової й інвестиційної активності. Прогнозований «режим збитків» може тривати близько 2–3 років. Голова комітету з податкової політики громадських рад при Мінфіні і ДФС Т. Шевцова каже, що в тих країнах, де впровадили податок на виведений капітал, ВВП у середньому збільшується на 1,5 % на рік.

Порівняльна характеристика систем оподаткування [3]

Характеристика	Чинний податок на прибуток	Новий податок на виведений капітал
База оподаткування	Фінансовий прибуток компаній (відповідно до МСФЗ / національних стандартів обліку) з несуттєвими коригуваннями	Розподілений прибуток (дивіденди) та інші види виведеного з податкової системи капіталу, лише здійснені транзакції
Ставка податку	18% податок на прибуток + 5 % податок на доходи фізичних осіб + 1,5 % військовий збір на дивіденди. Ефективна ставка податку 23,33 %	Становлять 5 %, 15 % і 20 % та залежать від здійснених операцій. Платники податку самостійно визначають суми податку, що підлягають сплаті. Обов'язок щодо нарахування та сплати податку виникає у платника податку у випадку здійснення операції, що є об'єктом оподаткування
Міжнародні транзакції, до яких застосовують правила трансфертного ціноутворення	Коригування фінансового результату щодо трансфертного ціноутворення	Транзакції оподатковують, якщо є необхідними коригування відповідно до правил трансфертного ціноутворення
Оподаткування видатків, які не стосуються бізнесу	Неділові види видатків повинні фінансуватись з прибутку. Перевірки за фінансовою звітністю	Оподатковують податком на доходи фізичних осіб
Оподаткування інвестицій	Оподаткування за ставкою 18 %, якщо фінансують за рахунок нерозподіленого прибутку; зараховано до видатків, якщо фінансування за рахунок кредиту. Прискорені норми амортизації для обладнання: 2 роки	—
Оподаткування операцій з пов'язаними особами щодо товарів/послуг/прав власності	Всі видатки бізнесу, які включено як витрати при розрахунку бази оподаткування, повинні відповідати принципу звичайних цін	Лише контрольовані операції (лише товари) з неплатниками, використання методу «звичайної ціни» з оподаткуванням перевищень за ставкою 20 %
Оподаткування кредитів / відсотків за кредитами від пов'язаних осіб	Правило тонкої капіталізації обмежує відсотки, які включено до податкових витрат, з врахуванням розміру боргу по відношенню до розміру статутного капіталу	Відсотки, сплачені пов'язаним особам (нерезидентам) оподатковують за ставкою 20 % в частині, яка перевищує 50 % максимальної ставки Національного банку України

2. Створюються сприятливі умови для визначення фінансового результату підприємства, яким немає потреби занижувати фінансовий результат для цілей оподаткування.

3. Змінюється сенс роботи фіскальних органів, які повинні будуть тільки контролювати факт наявності таких операцій. Відповідно, не виникатиме питання «господарського призначення» витрат, документальних недоліків первинних документів, ненадійних контрагентів, які можуть спричинити «безтоварну» операцію. Відповідно, спрощення фіскального контролю сприятиме поживавленню й розвитку бізнес-середовища; спрощення ведення бізнесу стане позитивним сигналом для іноземних інвесторів і зростання ВВП.

4. Фокусування фіскальних органів зосереджуватиметься на дійсно великих платниках податків, таких як транснаціональні корпорації. Розвиватиметься напрямок контролю за трансфертним ціноутворенням, впроваджуватимуться європейські механізми контролю за податковою базою, що іще більше наблизить Україну до гармонізації з європейськими стандартами оподаткування.

Недоліки, які відзначають опоненти:

1. Відсутність джерел фінансування очевидного дефіциту бюджету, який може створитися через недоотримання податку на прибуток. Очікується істотне скорочення надходжень. За словами Президента, першого року вони не перевищать 25 млрд грн. Голова ДФС вважає, що надходження досягнуть 20–40 млрд грн. В офісі великих платників податків заявляли, що втрати бюджету за два роки, у разі прийняття податку на виведений капітал, становитимуть 80–100 млрд грн. І тут можуть мати місце неприємні очікування у формі підвищення (може, й тимчасового) ставок інших податків (наприклад, ПДВ, акциз, ПДФО).

2. Безперечно, що бізнес, який міркує логікою побудови схем ухилення від оподаткування, і надалі може працювати в напрямку мінімізації. Хоча тут якраз відповідь очевидна: у разі ставки податку в 15 % уже немає ніякого сенсу застосовувати схеми ухилення, що межують із кримінальною відповідальністю і ціна яких (близько 12 %) майже наближається до ставки оподаткування ПнВК (15 %).

3. Існує думка, що дискримінаційне оподаткування платежів у вигляді роялті на користь нерезидента не сприятиме входженню великого бізнесу в Україну. Але це стосується окремих видів бізнесу, які побудовані на продажу франшиз.

4. Існує ризик того, що фіскальні органи під час перевірок спробують прирівняти велику кількість сумнівних операцій до операцій з виведення капіталу та підвести їх під додаткове оподаткування.

5. Відсутня основа для ефективного захисту інтересів платників податків у судах і силових структурах. Адже бізнес не інвестуватиме гроші в розвиток, якщо розуміє, що завтра можуть статися рейдерські захоплення чи необґрунтовані «наїзди» з боку прокуратури, МВС або СБУ [11].

З викладеного можемо підсумувати: ніхто не любить платити податки. Тому природним є бажання прибрати податок на прибуток і запровадити податок на виведений капітал. Тобто фактично просто

скасувати податок на прибуток. Але це дороге задоволення, яке Україна просто не може дозволити. Проте, якщо у довгостроковій перспективі система податку на виведений капітал виглядає як доцільна податкова система для України із особливими вигодами у формі зниження адміністративного тягаря, а отже, і легшого контролю за дотриманням законодавства політичного тиску на податкові органи. В результаті компанії отримали масові штрафи та пені за найменші порушення, в результаті чого позитивний вплив реформи на інвестиційний клімат став негативним.

Також не можемо не виділити, що запровадження податку на виведений капітал замість податку на прибуток стане стимулом для підприємств реінвестувати кошти у виробництво та розвиток. Це також спростить правила оподаткування та процедуру адміністрування і поліпшить інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність країни, а також відновить справедливість в оподаткуванні шляхом вирівнювання податкового навантаження.

Література

1. Податковий Кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Податок на виведений капітал на заміну податку на прибуток. URL: <http://b2future.org.ua/#rec7917051>
3. Порівняльна таблиця до проекту Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал. URL: http://kmp.ua/wpcontent/uploads/2016/06/ECT-comparative-table_-10_2016.pdf
4. Пояснювальна записка до проекту Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал". URL: http://kmp.ua/wpcontent/uploads/2016/06/explanatory_note_ECT_-08_2016.pdf
5. Проект Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал". URL: http://kmp.ua/wp-content/uploads/2016/06/ECT-draft-law_10_2016.pdf
6. Міністр фінансів: через введення податку на виведений капітал бюджет втратить на перших порах до 40 мільярдів. URL: <http://economics.unian.ua/finance/2117446-ministr-finansiv-cherez-vvedennya-podatku-navivedenyi-kapital-byudjet-vtratit-na-pershih-porah-do-40-milyardiv.html>
7. Таптунова І.Л. Трансформація податку на прибуток підприємств у податок на виведений капітал / І.Л. Таптунова // Європейський інформаційно-дослідницький центр. – URL: www.kmp.ua
8. Державна казначейська служба України. – URL: www.treasury.gov.ua
9. Данильян О. Г. Національна безпека України: структура та напрямки реалізації : [навчальний посібник] / Данильян О. Г., Дзьобань О. П., Панов М. І. – Х. : Фоліо, 2002. – 285 с.
10. Петраков М.В. Об основных направлениях обеспечения информационной составляющей в системе национальной безопасности / М.В. Петраков // Материалы научной конференции «Концептуальные проблемы информационной безопасности в союзе России и Беларуси». – СПб, 16.07.2017. – URL: <http://jurfak.spb.ru/conference/2001.htm> (дата звернення: 02.07.2019)
11. Основные понятия защиты информации и информационной безопасности. URL: <http://ypn.ru/102/introduction-to-information-protection-and-information-security/> (дата звернення: 02.07.2019).
12. Астахова Л. В. Сущность понятия «Культура информационной безопасности» и ее формирование у студентов вуза / Л.В. Астахова // Экономика. Информатика. Безопасность : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., 2007 / науч. ред. В. А. Киселева, Л. В. Астахова. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2007. – С. 93–99.
13. Горбатюк О.М. Сучасний стан та проблеми інформаційної безпеки України на рубежі століть / О.М. Горбатюк // Вісник Київського університету імені Т. Шевченка. – 1999. – Вип. 14: Міжнародні відносини. – С. 46–48.
14. Богущ В. Інформаційна безпека держави / В. Богущ, О. Юдін ; [Гол. ред. Ю.О. Шпак]. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432 с.
15. Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи / О.А. Сороківська, В.Л. Гевко // Економічні науки: Вісник Хмельницького національного університету 2010. – № 2. – Т. 2. – С. 32–35.
16. Литвинов В.В. Моделирование та анализ безопасности распределенных информационных систем : навч. пос. [для студ. спец. 121 «Інженерія програмного забезпечення»] / В.В. Литвинов, В.В. Казимир, І.В. Стеценко та ін. – Чернігів : Чернігів. нац. технол. ун-т, 2016. – 254 с.
17. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007- 2015 рр. [Електронний ресурс] : Закон України від 09.01.2007. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
18. Про службу безпеки України : Закон України від 25.03.1992 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2229-12>
19. Суббот А. Інформаційна безпека суспільства / А. Суббот // Віче. – 2015. – № 8. – С. 29–31.
20. Долженко К. І. Нормативно-правове регулювання інформаційної безпеки регіону / К. І. Долженко // Право і Безпека. – 2014. – № 3. – С. 43–48.

References

1. Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine of 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Withdrawn capital tax to replace income tax. URL: <http://b2future.org.ua/#rec7917051>
3. Comparative table to the draft Law of Ukraine on Amendments to the Tax Code of Ukraine regarding the withheld capital tax. URL: http://kmp.ua/wpcontent/uploads/2016/06/ECT-comparative-table_-10_2016.pdf
4. Explanatory note to the draft Law of Ukraine "On Amendments to the Tax Code of Ukraine on Tax on Withdrawn Capital". URL: http://kmp.ua/wpcontent/uploads/2016/06/explanatory_note_ECT_-08_2016.pdf
5. Draft Law of Ukraine "On Amendments to the Tax Code of Ukraine on Tax on Withdrawn Capital". URL: http://kmp.ua/wp-content/uploads/2016/06/ECT-draft-law_10_2016.pdf
6. Minister of Finance: due to the introduction of a tax on withdrawn capital, the budget will initially lose up to 40 billion. URL: <http://economics.unian.ua/finance/2117446-ministr-finansiv-cherez-vvedennya-podatku-navivedenyi-kapital-byudjet-vtratit-na-pershih-porah-do-40-milyardiv.html>
7. Taptunova I.L. Transformation of the profit tax of enterprises into a tax on withdrawn capital / I.L. Taptunova // European Information Research Center. URL: www.kmp.ua
8. State Treasury Service of Ukraine. URL: www.treasury.gov.ua
9. Danilyan O.G., Dzioban O.P., Panov M.I. National security of Ukraine: structure and directions of implementation: [textbook]. H.: Folio, 2002. 285 p.
10. Petrakov M.V. On the main directions of providing the information component in the system of national security. Proceedings of the scientific conference "Conceptual problems of information security in the union of Russia and Belarus." Spb., 2000. 16.07.2017. URL: <http://jurfak.spb.ru/conference/2001.htm> (access date: 02.07.2019)
11. Basic concepts of information protection and information security. URL: <http://ypn.ru/102/introduction-to-information-protection-and-information-security/> (access date: 02.07.2019).

-
12. Astakhova L.V. The essence of the concept of "Culture of information security" and its formation in university students // Economics. Informatics. Security: Sat. scientific tr. International. scientific-practical conf., 2007 / scientific. ed. V.A. Kiseleva, L.V. Astakhova. Chelyabinsk: Izd-vo YuUrGU, 2007. S. 93-99.
 13. Gorbatyuk O.M. The current state and problems of information security of Ukraine at the turn of the century / O.M. Gorbatyuk // Bulletin of the Taras Shevchenko University of Kyiv. - 1999. - Vip. 14: International Relations. - P. 46-48.
 14. Bogush V. Information security of the state / V. Bogush, O. Yudin; [Goal. ed. Yu.O. Starling]. - K., 2005. - 432 с.
 15. Sorokivska O.A. Information security of the enterprise: new threats and prospects / O.A. Sorokivska, V.L. Gevko // Economic Sciences: Bulletin of Khmelnytsky National University 2010. - № 2. - T. 2. - P. 32-35.
 16. Litvinov V.V. Modeling and security analysis of distributed information systems: textbook. pos. [for students. special 121 "Software Engineering"] / V.V. Litvinov, V.V. Kazimir, I.V. Stetsenko and others. - Chernihiv: Chernihiv. nat. technologist University, 2016. - 254 p.
 17. On the basic principles of information society development in Ukraine for 2007-2015: Law of Ukraine of January 9, 2007. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
 18. On the Security Service of Ukraine: Law of Ukraine of March 25, 1992. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2229-12>
 19. Subbot A. Information security of society / A. Subbot // Viche. - 2015. - № 8. - P. 29-31.
 20. Dolzhenko K.I. Normative and legal regulation of information security of the region / K.I. Dolzhenko // Law and Security. - 2014. - № 3. - P. 43-48.

Надійшла / Paper received : 17.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

UDC 336.71 (477)

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-40

OLIINYK A., GORDEEVA T.
Khmelnitskyi national university

ASSESSMENT OF THE NBU'S MONETARY POLICY IMPACT ON LENDING TO THE REAL SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY

The article examines the main approaches to determining the essence of monetary policy, which had been analyzed and systematized at great length. It is very important to mention that the use of the concept of "monetary policy" by scientists is common, which is often interpreted as identical to the concept of "money and credit policy". However, recently, given the global trends in the monetary sphere, the NBU Council considers it appropriate to initiate amendments to the legislation of Ukraine in terms of replacing the term "money and credit policy" with the concept of "monetary policy". It is established that monetary instruments are one of the most important tools of state influence on lending to the real sector of the economy. In the practice of implementing monetary policy, it is customary to distinguish the main regimes that ensure the effectiveness of the policy itself, and the essence of each is based on the choice of the nominal indicator chosen by the NBU. We consider that achieving equilibrium in the monetary market and ensuring economic growth depends on the right choice of monetary policy instruments and the mechanism of their implementation. Using the regression analysis, the influence of the dependence of the change in the value of loans in the national currency on the change in the NBU's discount rate was determined. The indicators of banks' activity in the lending market of the real sector of the domestic economy are analyzed. The influence of the NBU's main monetary instruments on lending to the real sector of the economy is determined and substantiated.

Keywords: bank, banking system, credit, loan portfolio, non-performing loans (NPL), monetary policy, NBU's discount rate, key rate, real sector lending, monetary policy instruments, exchange rate targeting, inflation targeting, monetary targeting.

ОЛІЙНИК А. В., ГОРДЕЄВА Т. А.
Хмельницький національний університет

ASSESSMENT OF THE NBU'S MONETARY POLICY IMPACT ON LENDING TO THE REAL SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY

Проаналізовано та систематизовано основні підходи до визначення сутності грошово-кредитної політики. Встановлено, що монетарний інструментарій є одним із найважливіших знарядь впливу держави на кредитування реального сектору економіки. Визначено вплив залежності зміни вартості кредитів у національній валюті від зміни облікової ставки НБУ за допомогою проведеного регресійного аналізу. Проаналізовано показники діяльності банків на ринку кредитування реального сектору вітчизняної економіки. Визначено та обґрунтовано вплив основних монетарних інструментів НБУ на кредитування реального сектору економіки.

Ключові слова: банк, банківська система, кредит, кредитний портфель, непрацюючі кредити, монетарна політика, облікова ставка НБУ, ключова ставка, кредитування реального сектору, інструменти монетарної політики, таргетування обмінного курсу, інфляційне таргетування, монетарне таргетування.

Problem statement. Considering the market economy we can determine monetary policy as one of the most important factors of investment activity and economic growth. According to world experience, the greatest impact on the tempo of economic development has the regulation of money and credit markets, which is achieved through the effective application of monetary policy instruments. The NBU regulates economic processes per the defined monetary policy; after all, exactly this policy determines the dynamics of the national currency stability, inflation control and has an impact on the lending of the real sector of the economy.

Nowadays, monetary regulation of Ukraine's banking system development is becoming important, because the activity of the National Bank acts as a guarantor of financial stability and can significantly influence the socio-economic development of the country through lending to the real sector of the economy. Adequate to market requirements monetary policy of the NBU should create the necessary preconditions for effective banking in order to stimulate the development of the domestic economy.

The NBU has a modern arsenal of monetary regulation tools, which allows achieving the goals given the peculiarities of the national economy and the degree of development of the financial market. The key to effective regulation of the banking system and the domestic economy as a whole is the correctness of priorities in determining the objectives of monetary policy and ways to achieve them. The change of the NBU's monetary policy strategy and the introduction of a new regime – inflation targeting necessitates a comprehensive study of the effectiveness of such processes and their impact on lending to the real sector of the economy. Concurrently, the change in the monetary policy regime is accompanied by a change in the main monetary tool – the discount rate, which creates an additional need to study the impact of these processes on lending to the real sector of the economy. Therefore, the research and assessment of the monetary policy impact on lending to the real sector is relevant and requires the development of proposals for its improvement.

Recent research. Questions of the economic essence of monetary policy have been studied in the works of various scientists, for instance: O.O. Avramenko, K.S. Bazylevych, L.A. Bondarenko, M. Burda, I.V. Vietrova, Ch. Vyplosh, Yu.V. Kornieieva, A.V. Kulinska, S.O. Mysak, A.A. Ponomarenko, V.Yu. Svitlychna, V.S. Stelmakh, and others. Also should be mentioned, that problematic issues of monetary regulation tools and methods are thoroughly considered in the works of scientists and practitioners, among which are: O.O. Avramenko, L.A. Bondarenko, A.P. Kulinets, A.V. Kulinska, S.O. Mysak, V.Yu. Svitlychna, V.S. Stelmakh, M.L. Shvaiko and

others. The functioning of the transmission mechanism of monetary policy has been studied by P.H. Ilchuk, O.O. Kots, S.V. Mishchenko. The basic principles of monetary policy have been studied by such Ukrainian scientists as O.V. Dziubliuk and V.Ya. Rudan. Many scientists have been engaged in research of the bank lending market functioning and development, in particular: O.I. Baranovskyi, O.D. Vovchak, A.I. Danylenko, H.T. Karcheva, N.M. Sheludko and others.

Despite thorough research on monetary policy instruments, many issues still need to be clarified and further researched, in particular, given the latest trends in the functioning of the banking system, there is a requirement for a comprehensive study of assessment of factors that directly affected the development of lending to the real sector of the economy and were under the influence of the NBU's monetary regulation and the formed macroeconomic environment, and also the recommendations to enhance the effectiveness of monetary regulation instruments should be proposed. For today, there are no thorough studies to assess the impact of monetary policy instruments on lending to the real sector of the economy, so this necessitates additional research to evaluate the impact of the NBU's monetary policy on the development of the credit market in Ukraine's banking system.

Therefore, **the purpose** of this article is to assess the impact of the NBU's monetary policy on lending to the real sector of the domestic economy and to develop proposals for improving the processes of monetary regulation in the banking system of Ukraine.

Materials and results. Maintenance of a consistently low level of inflation is a necessary condition for economic growth. It should be ensured by monetary policy, which is conducted with the help of the NBU's monetary instruments and has an impact on the money market in order to achieve set goals. The choice of an acceptable regime of monetary regulation plays an important role in the development and implementation of an anti-inflation strategy. The banking system occupies a central place in the economy of each country, it connects money circulation and the sphere of production, ensures the interaction of important areas of social production, exchange, and consumption through monetary and credit relations. This confirms the high socio-economic importance of the banking system, which is the core of the economic system. The implementation of the NBU's monetary policy is an active tool of regulation of the banking system and is aimed at forming demand for funds and their supply, revenue, and expenditure of budgets at various levels, anti-inflationary measures, and more.

Thus, the banking system implements a number of measures to harmonize monetary policy with the real sector of the economy and should provide a positive effect in the form of macroeconomic equilibrium. An important characteristic of the NBU's monetary policy has always been and remains its social nature because its strategic task is to ensure employment, economic growth, the stability of the national currency and to curb inflation. All this should ensure economic growth, which is not possible without lending to the economy's real sector and its investment. In Ukraine, a set of measures to regulate monetary policy, control the success of its implementation, as well as the regulation of the monetary sphere is carried out by the National Bank. The NBU forms the legislation by adopting the relevant regulations that clearly establish relations in the field of implementation of all steps of monetary policy. As our analysis of the scientific literature shows, nowadays there is no unambiguous definition of the essence of monetary policy. We have systematized the approaches of scientists to define the concept of monetary policy, which are shown in table 1.

Table 1

Systematization of approaches to the etymology of the concept of "monetary policy"*

Author, source	Definition, the content of the concept
A set of measures in the field of money circulation and credit	
V.S. Stelmakh, [1, p. 103]	Monetary policy is a set of measures in the field of money circulation and credit, aimed at regulating economic growth, curbing inflation and ensuring the stability of the currency of Ukraine, ensuring employment and balance of payments alignment, which is carried out by the state through its central bank
O.O. Avramenko, [2, p. 41]	Monetary policy is a set of measures in the field of money circulation and credit aimed at ensuring the stability of the currency of Ukraine by using the means and methods specified by the Law of Ukraine "On the National Bank of Ukraine"
The system of measures to regulate the money supply by its number, structure, level of interest rates, price, and volume of loans	
I.V. Vietrova, [3, p. 7]	Monetary policy is a system of measures to regulate the money supply by its number, structure, level of interest rates, price, and volume of loans aimed at economic growth, curbing inflation, ensuring the stability of the currency of Ukraine, employment, regulation of the balance of payments for meeting the public demand for money
Measures are aimed at increasing the liquidity and creditworthiness of banking institutions	
S.O. Mysak, [4, p. 32]	Monetary policy is a set of measures of the legislature and the executive aimed at achieving the stabilization of the national currency, increasing liquidity and creditworthiness of banking institutions through the regulation of the money market
The State's set of interconnected and coordinated measures of regulatory nature	
A.V. Kulinska, [5, p. 191]	Monetary policy is the State's set of interconnected and coordinated measures of regulatory nature, which are carried out directly by the NBU or with its participation and implemented through the components of the fiscal policy mechanism through operational levers, while adhering to medium-term benchmarks, ensuring transparency, combining independence in the performance of the main constitutional function with the coordination of actions of other public authorities
A type of government policy aimed at influencing interest rates and exchange rates	
M. Burda, Ch. Vyplosh [6, p. 89]	Monetary policy is one of the alternative types of government policy aimed at influencing interest rates and exchange rates, more generally – the conditions of financial markets and their links with the real economy
A set of measures to regulate the money market to achieve macroeconomic equilibrium	
K.S. Bazylevych, [7, p. 554]	Monetary policy is an integral part of economic policy, which is represented by a set of measures to regulate the money market to achieve macroeconomic equilibrium
A set of various administrative, economic, legal, and information levers, measures, methods, techniques, models, algorithms	
V.Yu. Svitlychna, [8, P. 73–74]	Monetary policy is a set of various administrative, economic, legal, and information levers, measures, methods, techniques, models, algorithms used by the NBU to perform the tasks of this policy

*compiled from [1-8]

It is very important to mention that the use of the concept of “monetary policy” by scientists is common, which is often interpreted as identical to the concept of “money and credit policy”. For example, such approaches can be found in the works of Yu.V. Kornieieva, A.A. Ponomarenko, and others [9; 10].

Traditionally, the term “money and credit policy” is used in Ukraine. However, recently, given the global trends in the monetary sphere, the NBU Council considers it appropriate to initiate amendments to the legislation of Ukraine in terms of replacing the term “money and credit policy” with the concept of “monetary policy” [11]. The term “monetary policy” is more common and logical because it reflects the internal unity of the regulatory mechanism, which includes three components: emission-monetary, credit, and currency policy.

In order to clarify the content of the monetary policy, we analyzed the work of domestic scientists and identified key points regarding the purpose, object, and subject of monetary policy (table 2).

Table 2

Approaches to determining the purpose, object, and subject of monetary policy*

Purpose, object, subject	The meaning of the concept
The purpose of monetary policy	Achieving certain social, socio-economic goals [1, p. 103]
	Achieving stabilization of the national currency, increasing liquidity and creditworthiness of banking institutions [4, p. 32]
	Transparency of the country's policy, the combination of independence in the performance of the main constitutional function with the coordination of actions of other public authorities [12]
	The economic growth of the country, restraining inflation, ensuring the stability of the currency of Ukraine, ensuring employment, regulating the balance of payments to meet public demand for money [3]
The object of monetary policy	Money supply [3]
	Money circulation and credit relations [1; 11]
	Money market [4; 7]
	Interest rates and exchange rates [6]
The subject of monetary policy	Central Bank [1]
	State [7; 11; 12]
	Government [6]

*compiled from [1; 3; 4; 6; 7; 11; 12]

Nowadays, monetary instruments are one of the most important tools of state influence on economic processes in a developed market economy. The degree of the financial and credit system development of the country, its infrastructural elements determines the tools of monetary policy, on which largely depends the effectiveness of monetary regulation. Monetary tools are an arsenal of levers through which the central bank influences the money supply and thus the stabilization of the money market and the national economy as a whole.

Monetary policy affects the state of the money market (both money supply and money demand), and hence the economy through the use of appropriate instruments. The latter include administrative and economic, legal, and informational levers used by the National Bank of Ukraine to maintain equilibrium in the money market and ensure economic growth. In the practice of implementing monetary policy, it is customary to distinguish the main regimes that ensure the effectiveness of the policy itself, and the essence of each is based on the choice of the nominal indicator chosen by the NBU. Each of the regimes is used in the practice of monetary policy in different countries. We consider that achieving equilibrium in the monetary market and ensuring economic growth depends on the right choice of monetary policy instruments and the mechanism of their implementation.

It should be noted that the success of the choice of a particular regime of monetary policy ensures the effectiveness, validity, and success of the policy itself. Each of the monetary policy regimes is based on the choice of the nominal indicator selected by the NBU.

Thus, the main regimes of monetary policy are:

- exchange rate targeting (exchange rate, currency regulation): establishment by the NBU of the nominal exchange rate as an intermediate goal of monetary policy; efforts to ensure its stability against the currency of the so-called “anchor country” through changes in interest rates and direct foreign exchange interventions, thus importing price stability from this country;

- monetary targeting (targeting of monetary aggregates): achieving price stability by ensuring control over the growth of the amount of money compared to the previously announced target. The target benchmark is determined annually, which can be measured by the change in the money supply (aggregates M1, M2 or M3) or the general level of liquidity, or defined as the interval of the dynamics of the money supply;

- inflation targeting: the use of two operational objectives (inflation and exchange rate), as well as two key monetary instruments of the NBU (foreign exchange interventions and interest rates) [1; 5; 12].

Thus, O.O. Avramenko mentions the strengths of monetary policy regimes, but the weaknesses, respectively, include:

- monetary targeting regime: insufficient awareness for society; ineffectiveness in case of significant fluctuations in money demand; the uncertainty of future price dynamics; the unstable relationship between monetary aggregates and inflation target;

- exchange rate targeting regime: high level of dependence of monetary policy on foreign economic factors; insufficient connection with the priority goal of monetary policy – price stability;

- inflation targeting regime: weakening the flexibility of monetary policy; influence on the dynamics of inflation of factors that are not controlled by the central bank, which limits its ability to influence the level of inflation [2, p. 41–42].

Resolution of the Board of the NBU of August 18, 2015, № 541 “On the basic principles of monetary policy for 2016–2020” defines the main directions of monetary policy of Ukraine for this period [13]:

- adherence to quantitative inflation targets;
- changes in the key interest rate of monetary policy;
- the interest rate on operations of the National Bank of Ukraine that have the greatest impact on the state of the money market;
- the undisputed priority of achieving and maintaining price stability compared to other goals and objectives of monetary policy;
- floating exchange rate mode. The exchange rate will be largely determined by market conditions without first setting a desired or forecast value;
- prospective nature of decision-making based on a macroeconomic basis. Decisions on monetary policy parameters are based on a comprehensive macroeconomic analysis and forecast;
- transparency of the NBU’s activity;
- institutional, financial, and operational independence of the National Bank of Ukraine.

Undoubtedly, the success of the proclaimed strategic directions of achieving the goal of monetary policy will be provided by justified and effective monetary instruments, such as further liberalization of currency legislation, effective public debt management policy, effective implementation of inflation targeting policy, increase public confidence in the banking system and stimulate savings by maintaining low inflation and setting attractive interest rates.

Credit and deposit operations are an important instrument of central banks’ monetary policy because they are monetary transactions and are used to regulate the liquidity of the banking system in order to maintain balance in the money market. Credit and deposit operations are flexible and operative market instruments, their application leads to changes in the volume of the monetary base, i.e. the supply of money.

The essence of the open market policy is to change the volume of purchases and sales of securities by the central bank. Such operations cause a change in the reserves of commercial banks, which affects the volume and value of bank loans. Thus, the central bank affects the amount of money in circulation and the level of market interest rates, i.e. achieves a predetermined goal.

The central bank sells securities from its portfolio when it needs to stabilize or reduce the amount of money in circulation, curb the growth of effective demand, and thus help raise interest rates and ultimately reduce inflation. When the central bank sells securities directly to commercial banks, the excess reserves of banks decrease, and the deposit base remains unchanged. The decrease in bank reserves generates a multiplicative reduction in the money supply. In the case when the central bank sells securities to non-bank participants (dealers) of the stock market, the reserves of commercial banks that serve non-bank dealers are reduced and at the same time, the deposit base of these commercial banks is reduced.

If the central bank aims to increase the money supply and reduce the value of money, i.e. to reduce the market interest rate, it buys securities on the open market. As a result of such operations, business activity is intensified and market conditions are revived.

Frederic S. Mishkin, comparing operations on the open market with other monetary instruments, identified the following advantages [14, p. 515]:

- operations on the open market are carried out on the initiative of the central bank, which can control their volume;
- operations on the open market are flexible and fairly accurate, they can be carried out in any amount, depending on the needs of the central bank concerning the amount of change in the size of reserves or monetary base;
- operations on the open market have a reversible effect, i.e. if an error is made in their implementation, the central bank can easily correct it by conducting the opposite operation;
- operations on the open market are carried out quickly because they do not depend on administrative delays.

Export and import of capital are accompanied by inflows and outflows of foreign capital. Foreign financial investments in national securities for speculative purposes have a significant impact on the state of money circulation in the country, for instance, the foreign investments in government debt. The decreased attractiveness of government securities causes the outflow of foreign capital from the country, which provokes a depreciation of the national currency. The situation requires certain measures from the central bank and the government, including an increase in the interest rate and the level of profitability of securities issued by the State.

At the same time, the central bank should not allow the outflow of national currency abroad, which may occur due to the relatively low deposit interest rate in the country.

In general, the central bank usually has a sufficient set of monetary instruments to stabilize the national economy. They are conditionally classified according to certain criteria, but the three main ones are operations on the open market, changes in the discount rate, and changes in the reserve ratio. Thus, through effective combination and application of these instruments by the central bank given specific crisis conditions it is possible to successfully bring the economy out of a crisis, and often to avoid the potential destabilization of the national economy.

For a long time, the main monetary instrument in Ukraine was the monetary targeting regime, through which the NBU achieved monetary goals, in particular, price and financial stability. In 2016, the NBU officially changed the monetary targeting regime to the inflation targeting regime, the main elements of which are the public

announcement of quantitative inflation targets (setting an interest rate corridor) and the use of the discount rate as a key rate of inflation targeting. This change testified to a radical change in operational approaches to the implementation of the NBU's monetary policy in order to increase its effectiveness for market participants.

The key rate is the rate on the main operations of the central bank to provide or withdraw liquidity. The NBU's discount rate is used in Ukraine as a key rate. In turn, the interest rate corridor limits fluctuations of interest rates around the key rate in the interbank credit market. Such a change in the monetary policy regime became possible as a result of the approval of the Monetary Policy Strategy for 2016–2020 [15].

Therefore, the recognition of the discount rate as the main monetary instrument and a key element of the main monetary policy regime allows asserting exceptional relevance of modern research on the impact of the discount rate on the monetary sphere in general and on the main financial market price indicators – credit and deposit rates – in particular.

The discount rate of the NBU is one of the monetary instruments through which the NBU sets a benchmark for money market entities on the cost of raising and placing funds for the relevant period and also it is the main interest rate, which depends on the processes occurring in macroeconomic and budget areas and the money market. The discount rate is the main NBU's interest rate [16].

The size of the discount rate is determined per the following basic principles:

– the discount rate is used by the NBU both as a means of implementing monetary policy and a benchmark for the price of money;

– the discount rate is one of the factors that characterize the main directions of changes in monetary regulation;

– the discount rate is the lowest among the interest rates at which the NBU can support the liquidity of banks.

Determining the level and nature of changes in the NBU's discount rate depends on the general trends of economic development, macroeconomic and budgetary processes, and the state of the money market. The size of the discount rate is considered by the NBU Monetary Committee, approved by the decision of the NBU Board, and is valid until it is changed.

The study's attention to the dynamics of market lending rates and their regulation due to changes in the discount rate of the NBU is also relevant because it is the low nominal interest rates that ensure investment activity and economic growth. Therefore, it is also expedient to study the dynamics of nominal credit and deposit interest rates.

It should be noted that the operational goal of the NBU's monetary policy is to keep interbank interest rates at the level of the established key rate and within the interest rate corridor. Such tasks are performed by the NBU to achieve inflation targets. The indicator of the level of hryvnia interbank interest rates for monetary policy purposes is the Ukrainian index of interbank interest rates on overnight loans and deposits in the national currency.

By adjusting the discount rate, the NBU affects the level of short-term interest rates in the interbank money market, which in turn are indicators of changes in banks' interest rates on loans and deposits, and changes in interest rates on other financial assets, such as government securities. In turn, the value of both hryvnia and foreign currency loans and deposits is influenced by decisions of households and enterprises on consumption and investment, and this has a direct impact on inflation. Therefore, the NBU actively uses such an element of inflation targeting as inflation expectations. Adoption of the most transparent and understandable for the population decisions that consistently meet the stated goals and inflation targets helps to increase the efficiency of the transmission mechanism. Therefore the level of impact of changes in the discount rate on market credit and deposit rates and the speed of such a reaction reflects the effectiveness of the transmission mechanism.

The first stage of the transmission mechanism is the impact of the key rate on short-term market rates. The key interest rate is the base for forming the value of bank liquidity instruments. Banks have two options for liquidity-providing operations: appeal to other banks on the interbank market or to the NBU. Therefore, short-term interest rates almost immediately respond to changes in the NBU's discount rate. Thus, a change in the key rate almost immediately changes the value of funds raised by banks, which in turn causes a change in short-term market rates.

However, the most important for achieving monetary policy goals is the impact of the NBU on medium- and long-term market interest rates. Temporarily free funds are accumulated by the banking system at medium and long-term market interest rates, and then they are used primarily to finance the operating and investment activities of economic entities and long-term consumer needs. Such rates are formed both under the influence of short-term rates and under the influence of a wide range of market conditions (demand and supply of loans in the economy as a whole, inflation expectations, global financial markets, etc.). However, banks, focusing on the dynamics of short-term rates and having constant access to liquidity instruments, the value of which is set based on the discount rate, determine the level of medium and long-term rates based on such a base. That is why the impact of the NBU's discount rate on raising market interest rates causes an increase in savings and reduces investment and consumption costs, primarily through the interest rate channel.

The reverse effect of the NBU discount rate will cause reverse processes in the economy (Figure 1).

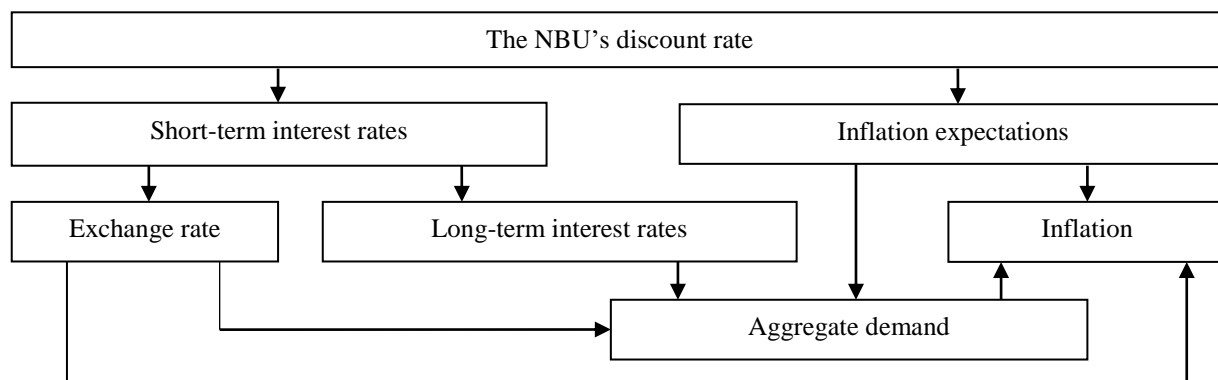


Figure 1. The impact of the discount rate on market interest rates and the effect of the monetary transmission mechanism in the mode of inflation targeting (compiled from [17])

The impact of the discount rate on the economy through the currency channel is more complex. The impact of the NBU's discount rate on raising market interest rates will cause an increase in foreign currency amount in the country. Such processes occur due to the desire of foreign investors to purchase domestic securities (denominated in hryvnia) by increasing their profitability and thus increasing the attractiveness of such securities. Such acquisition of domestic securities by foreign investors causes an increase in demand for the national currency, which increases its exchange rate. Also, the increase in interest rates on deposits in the national currency (provided that interest rates on deposits in foreign currency remain unchanged) causes similar processes and increases the exchange rate of the national currency.

According to NBU research, the impact of changes in discount rates on inflation and other economic indicators occurs with a significant time lag (9-18 months) [18]. Therefore, the NBU may reduce the discount rate in cases where current inflation, by contrast, increases. The NBU primarily focuses on the planned response of interest rates and inflation targets.

Note that until 2015, the NBU's discount rate was not an important instrument of monetary policy, because the discount rate was not used as a key rate for pricing for most monetary instruments. And only after the introduction of inflation targeting, the discount rate acquired the status of the main monetary instrument. However, for a long time and constantly, the NBU's discount rate is used as a key rate in the regulation of bank liquidity in such transactions as overnight loans; weekly tenders (quantitative tender; interest rate tender); repo transactions, etc.

Table 3

Dynamics of the impact of the NBU's discount rate on the value of loans of Ukrainian banks during 2016-2020*

Date	the NBU's discount rate, %	The cost of loans, %					
		In the national currency			In foreign currency		
		Total	Short-term	Long-term	Total	Short-term	Long-term
01.01.2016	22.0	21.5	20.9	29.7	6.9	6.8	9.2
22.04.2016	19.0	20.9	20.4	25.6	7.6	7.4	10.7
27.05.2016	18.0	17.7	20.7	9.0	6.3	6.2	11.0
24.06.2016	16.5	21.5	21.1	26.8	7.7	7.6	9.3
29.07.2016	15.5	18.6	17.8	24.1	7.0	7.0	10.0
16.09.2016	15.0	15.9	15.8	16.6	8.3	8.3	8.3
28.10.2016	14.0	12.0	14.7	11.0	9.6	9.6	7.8
31.12.2016	14.0	22.1	20.2	26.0	9.7	0.1	9.7
01.01.2017	14.0	17.7	16.4	26.9	8.2	8.2	8.3
14.04.2017	13.0	14.6	13.6	22.7	5.7	5.5	6.6
26.05.2017	12.5	13.9	12.5	24.4	7.3	7.1	8.7
27.10.2017	13.5	15.0	14.2	21.5	7.0	6.5	8.3
15.12.2017	14.5	16.8	15.8	21.4	6.2	5.5	8.8
31.12.2017	14.5	21.2	23.2	20.3	7.3	8.5	7.3
01.01.2018	14.5	16.7	15.4	24.7	6.4	6.2	7.8
26.01.2018	16.0	16.6	15.7	24.1	6.5	6.1	8.0
02.03.2018	17.0	17.4	16.8	21.4	5.4	4.8	6.4
13.07.2018	17.5	17.4	16.8	23.9	5.2	5.2	5.6
07.09.2018	18.0	19.6	19.1	22.7	6.4	6.3	7.5
31.12.2018	18.0	12.2	26.9	9.2	5.3	4.5	7.4
01.01.2019	18.0	21.9	22.0	21.3	5.8	5.5	9.6
26.04.2019	17.5	17.1	16.2	23.5	5.1	5.2	5.5
19.07.2019	17.0	17.3	16.8	21.2	5.1	4.6	6.1
06.09.2019	16.5	16.3	15.4	23.1	6.2	5.1	5.9
25.10.2019	15.5	15.2	14.9	22.5	6.2	6.1	6.8
13.12.2019	13.5	15.0	14.2	21.5	5.3	5.7	6.3
31.01.2020	11.0	14.1	12.6	18.1	5.9	5.7	7.5
13.03.2020	10.0	13.2	12.1	17.3	4.5	4.3	6.1
24.04.2020	8.0	11.1	11.9	15.2	3.9	4.1	5.8
12.06.2020	6.0	-	-	-	-	-	-

*based on [18; 19]

It is necessary to analyze the impact of the NBU's discount rate on the cost of loans according to statistical reports of the NBU. There was a cycle of mitigation and strengthening of monetary policy during 2016–2020. The cycle of mitigation monetary policy lasted until May 26, 2017. During this period, the NBU's discount rate was reduced from 22.0 % to 6.0 %. Then the rate was raised, and the next cycle of mitigation continues to this day (Table 3). According to Table 3, we see that during the mitigation of monetary policy, the NBU lowered the discount rate by 3%. Such actions of the NBU did not have a significant impact on the value of hryvnia and foreign currency loans: the interest rate on hryvnia loans decreased by 0.6 %, while the value of foreign currency loans increased by 0.7 %.

Significant changes are observed in the period of further mitigation of the NBU's monetary policy. The reduction of the discount rate on May 27, 2016, from 19 % to 18 % led to a decrease in the cost of long-term loans in the national currency from 25.6 % to 9 % (by 16.6 %). In turn, another reduction of the key NBU's rate on June 24, 2016, by 1.5 % led to an increase in the interest rate on long-term loans by 17.8 % (from 9 % to 26.8 %).

No significant changes in the value of hryvnia and foreign currency loans were observed after all subsequent changes in the NBU's discount rate. The mitigation of monetary policy (reduction of the NBU's discount rate to 8.0 %) was characterized by a decrease in the interest rate on loans in the national currency to 11.1 % and a decrease in the interest rate on loans in foreign currency to 3.9 %.

Therefore, we can conclude that during the analyzed period, rates on short-term loans have been actively changing and that the strengthening of monetary policy mainly affects the cost of loans to legal entities.

Thus, since 2015, the NBU discount rate has acquired the status of the main monetary instrument and a key element of the main monetary policy regime. First of all, the influence of the NBU discount rate in the transmission mechanism is manifested through the regulation (strong influence and quick reaction) of short-term market interest rates, which, in turn, causes a change in long-term interest rates.

Therefore, the study of the impact of the NBU's discount rate on market interest rates is one of the most important aspects of assessing the effectiveness of the transmission mechanism. It is also possible to draw a conclusion about the high level of efficiency of the monetary transmission mechanism in Ukraine in 2016-2020 in the inflation targeting regime, which is proved by confirming the existence of a strong direct correlation between the NBU's discount rate and the cost of loans in national currency.

To determine the dependence of changes in the value of loans in the national currency on the change in the NBU's discount rate, we conducted a regression analysis based on 29 observations. According to the regression analysis results for 2016-2020, the following conclusions can be drawn: the value of the multiple R indicates that there is a strong direct relationship between the value of loans in the national currency and the NBU's discount rate, and the variation in the value of loans in the national currency is due to a variation in the NBU's discount rate by 0.6898. The value of the Y-intersection indicates 4.403% of the value of the loan in national currency at a zero discount rate of the NBU. In turn, the value of variable X1 indicates a high level of dependence of changes in the value of loans in national currency on changes in the NBU's discount rate.

The results of calculations of regression coefficients show that the linear regression model has such form:

$$y = 0.8115x + 4.403, \quad (1)$$

Figure 2 graphically shows the impact of the dependence of changes in the value of loans in the national currency on changes in the NBU's discount rate, forecast data (regression) and the trend line.

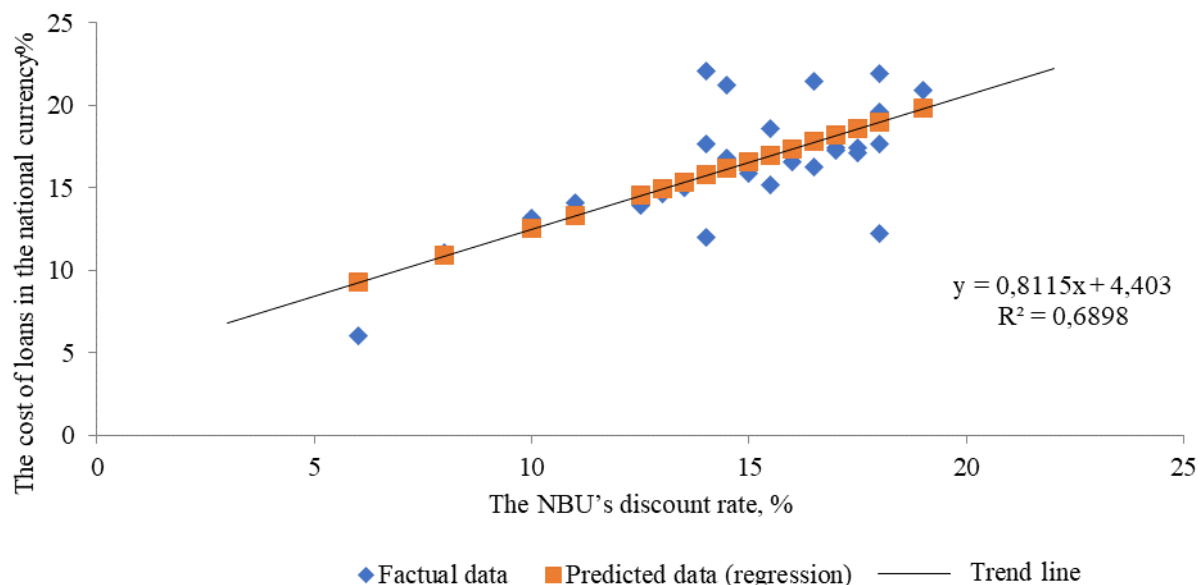


Figure 2. Forecasting the impact of the NBU's discount rate on the value of loans in national currency

The effectiveness of monetary policy should help increase lending to the real sector of the economy. The analysis showed that the cost of loans gradually decreased in accordance with the action of regulatory instruments. Therefore, we will analyze the main indicators of lending to the real sector of the economy in the banking system of Ukraine. The main indicators of bank lending to the real sector of the economy according to the statistical reporting of Ukraine are shown in Table 4.

Analyzing the indicators of lending to the real sector of the Ukrainian economy (Table 4), we conclude that in the post-crisis period of 2012–2014 there was a tendency to a gradual dynamic growth of lending from UAH 815 billion to UAH 1006.4 billion with a growth rate of 98.8%–110.4 %.

Table 4

Dynamics of indicators of lending to the real sector of the Ukrainian economy during 2012-2019*

Indicators	As of the year's end							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bank assets, UAH billion	1127.2	1278.1	1316.9	1254.4	1256.3	1333.8	1359.7	1494.5
Growth rate, %	106.9	113.4	103.0	95.3	100.2	106.2	101.9	109.9
Loans provided, UAH billion	815.3	911.4	1006.4	965.1	1005.9	1042.8	1118.9	1033.5
Ratio to GDP, %	57.9	62.7	74.8	48.7	42.2	44.7	38.2	37.6
Growth rate, %	98.8	111.8	110.4	95.9	104.2	103.7	107.3	92.4
Share in assets, %	72.3	71.3	76.4	79.9	80.0	78.0	82.3	69.1
of them:								
loans to economic entities, UAH billion	609.2	698.8	802.6	785.9	847.1	864.4	919.1	822.0
Growth rate, %	104.9	114.7	114.9	97.9	107.8	102.0	106.3	89.4
Share in assets, %	54.1	54.7	61.0	62.7	67.4	64.8	67.6	55.0
loans to individuals, UAH billion	161.8	167.8	179.0	152.4	157.4	170.8	196.9	206.8
Growth rate, %	92.6	103.7	106.7	85.1	103.3	108.5	115.3	105.0
Share in assets, %	14.4	13.1	13.6	12.2	12.5	8.1	8.5	13.8
Share of overdue debt on loans in the total amount of loans, %	8.9	7.7	13.5	22.1	53.9	54.5	52.9	48.4
Reserves for active operations of banks, UAH billion	141.3	131.3	204.9	321.3	484.4	511.1	556.5	492.1

*calculated based on [18–20]

These changes took place at a record high NBU's discount rate of 30 % –22 %. Loans were too expensive and remained available to a small number of business entities. The growth rate of loans to economic entities was higher than that of individuals.

During and after the global financial and economic crisis, traditional monetary instruments in Ukraine proved to be generally ineffective. The discount rate peaked over long periods (22 %–30 %) and remained unchanged. This gave grounds to use it as an indicator of the intentions of the NBU. The crisis of 2009–2010 complicated the process of forming an effective monetary transmission mechanism in Ukraine, as a result of which, in particular, there was a shift of priorities from external (exchange rate) to internal (price) component of the stability of the national currency [21].

The effectiveness and specificity of the monetary instruments using by the central bank may be partly determined by political factors. According to the logic of the political business cycle, the alternation of periods of stimulating and restraining stabilization policy depends on the electoral cycle. Over the last ten years, Ukraine has used expansionary monetary policy to pursue certain political goals.

In our opinion, the system of anti-crisis measures to stabilize the situation in the money market during the period of intensification of the crisis partially restrained the negative trends, but did not have a significant impact on eliminating the causes of such trends. It is obvious that anti-crisis measures have actually undermined the foundations of banks' lending activities in key segments of lending to the real sector of the economy.

There is a dilemma in monetary policy, the essence of which is the need to support the real sector of the economy by lowering interest rates on loans and the need to pursue prudent policies in terms of controlling future inflation (in this case, it is necessary to keep the rates on active transactions at a positive level in real terms). Global experience in overcoming the economic crisis shows that central banks in such conditions prefer to support the real sector and high growth rates of loans to businesses, going to a certain increase in inflation risks in the future.

During 2015–2016, the banks' loan portfolio decreased to UAH 965.1 billion. This is the result of the crisis that began after the annexation of Crimea and the occupation of Donbas. In 2016, the loan portfolio of domestic banks increased almost to the level of 2014 – UAH 1005.9 billion with a growth rate of 104.2 %. In 2016–2018, banks increased lending volumes, which at the end of the period reached the level of UAH 1118.9 billion. It should be noted that at this time, loans to economic entities and individuals grew dynamically. This was facilitated by a gradual reduction of the NBU's discount rate from 22 % to 14.5 %.

The ratio of loans to GDP in 2012-2014 tended to increase from 57.9 % to 74.8 %, but during 2015–2016 decreased to 48.7 % and 42.2 %, respectively. The downward trend is observed during 2018–2019 from 38.2% to 37.6 %. At the same time, this figure did not fall below 30%, i.e. was in a safe zone.

During 2014–2016, the banking system of Ukraine in a difficult political and economic situation was exposed to significant risks, including credit risk. As a result of external unpredictable shocks, the solvency of borrowers deteriorated and the volume of bad loans increased. Banks lost mortgaged property and other collateral for loans, which affected the quality of the loan portfolio and required a set of stabilizing measures.

Problematic debt on credit operations since the financial crisis has had a clear upward trend. This process has intensified especially since 2014 in the conditions of carrying out warfare in the anti-terrorist operation zone in the East. Thus, overdue credit indebtedness in 2014 increased to 13.5 % in the total loan portfolio of domestic banks and began to exceed the safe level of 10 %. During 2015–2017, it increased from 22.1 % to 54.5 %, which led to a gradual increase in the NBU's discount rate to 18 % during 2018.

Due to the large share of non-performing loans (NPL), banks are forced to form huge reserves for loans, i.e. to freeze in the account from 20 % to 100 % of their amount. Thus, in 2014 alone, the number of required reserves of banks increased from UAH 131.3 billion to UAH 204.9 billion (20.4 % of the volume of loans). During 2015–2018, the process of forming reserves for active operations of banks became even larger. In 2015, the number of formed reserves was UAH 321.3 billion, and in 2018 – UAH 565.5 billion. During 2019, there was a tendency to reduce reserves for active operations of banks to UAH 492.1 billion.

In 2019–2020, there is a gradual decrease in the NBU's discount rate from 18 % to 6 % as of 06.12.2020. Lending to the real sector of Ukraine's economy in 2019 decreased to UAH 1033.5 billion. The rate of decline was 92.4%, and the share in assets was 69.1 %. Banks began to increase assets by intensifying their activities in the stock market. In conditions of excess liquidity and expensive loans, banks have found just such a way out. This was the main reason why the regulator reduced the discount rate to a record low in 2020.

Therefore, among the instruments of monetary regulation the development of the banking system is most influenced by liquidity management operations and securities transactions, which, despite their significant profitability, will further affect the banking system negatively by ignoring its main role – lending to the real sector.

Conclusions. Thus, the study of the impact of the NBU's monetary policy on lending to the real sector of the economy allows us to identify the following negative aspects that necessitate the improvement of its effectiveness:

- the effect of the transfer mechanism of the key interest rate on other interest rates does not always have a significant effect on the performance of the banking system;

- among the instruments of monetary regulation, the development of the banking system is most influenced by liquidity regulation operations and securities operations. However, despite their significant profitability, it negatively affects the banking system by ignoring its main role – lending to Ukraine's economy.

The main direction of development of Ukraine's banking system, in the long run, is lending to the real sector of the economy. Analyzing and modeling the stimulation of lending to the economy helps to determine the degree of monetary factors influence on lending to the real sector of Ukraine's economy. Activation of lending to the economy is possible due to a decrease in the ratio of non-performing loans to loans, lower interest rates on mobilization operations of the NBU and, accordingly, on loans to the economy.

The development of Ukraine's banking system, taking into account changes in approaches to improving monetary policy and monetary regulation, should be aimed at stimulating lending to the economy. The implementation of this direction involves the realization of a number of measures in the field of monetary regulation: adjustment of monetary policy goals; the appropriateness of using monetary policy instruments; reduction of excess liquidity; improving banking regulation by amending current legislation and regulations of the NBU.

To overcome these problems and create monetary preconditions for ensuring the resumption of lending to the real sector of the economy, it would be appropriate to improve the development and implementation of monetary policy of the NBU in such areas:

- in the conditions of insufficient crediting of the real sector of the economy as a key rate it is expedient to choose the target rate of the interbank market or the rate on certain active operations of NBU;

- consider the possibility of introducing monetary policy instruments and operations to stimulate bank lending to the real sector of the economy. It is advisable to develop medium-term instruments and models of refinancing of transparent and stable banks to increase their loan portfolios provided to real sector enterprises, including high-tech, as well as small and medium-sized businesses. The main principle of such structural refinancing may be the dependence of its size and the interest rate on the volume and quality of the bank loan portfolio for real sector enterprises.

References

1. Monetarna polityka Natsionalnoho banku Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy zmin : monohrafiia / za red. V. S. Stelmakha. Kyiv : Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy, UBS NBU, 2009. – 404 s.
2. Avramenko O. O. Hroshovo-kredytna polityka Ukrainy v systemi zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky derzhavy / O. O. Avramenko: dys. kand. ekonom. nauk: 21.04.01. – Kyiv: Nats. in-t strat. doslid., 2016. – 282 s.
3. Vietrova I. V. Pravovi osnovy realizatsii hroshovo-kredytnoi polityky natsionalnoho banku Ukrainy : avtoref. dys. ... kand. yuryd. nauk : 12.00.07. Kyiv, 2007. – 20 s.
4. Mysak S. O. Finansova polityka. Kyiv : IAE, 2002. – 139 s.
5. Kulinska A. V. Derzhavne upravlinnia finansovoju skladovoiu ekonomichnoi bezpeky natsionalnoi ekonomiky Ukrainy: dys... dokt. ekonom. nauk : 08.00.03. Odesa, 2017. – 531 s.
6. Burda M., Vyplosh Ch. Makroekonomika: Yevropeyskyi kontekst: pidruchnyk; per. z anhli. Kyiv: Osnovy, 1998. – 682 s.
7. Bazylevych V. Makroekonomika: pidruchnyk / V. Bazylevych, K. Bazylevych, L. Balastryk – K.: Znannia, 2008. – 743 s.
8. Svitlychna V. Yu. Vyznachennia sutnosti ta orhanizatsiinykh zasad realizatsii hroshovo-kredytnoi polityky / V. Yu. Svitlychna // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo. - 2019. - Vyp. 24(3). - S. 72-77. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24\(3\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24(3)_15).
9. Kornieieva Yu. V. Osoblyvosti systemy hroshovo-kredytnoho rehuliuвання na terenakh SND u protsesi perekhodu do rynkovoi ekonomiky / Yu. V. Kornieieva // Ekonomichnyi analiz. – 2013. – Tom 13. – S. 79-87.

10. Ponomarenko A. A. Osoblyvosti kredytno-hroshovoi polityky Ukrainy na suchasnomu etapi / A. A. Ponomarenko // Visnyk cherkaskoho un-tu. – 2009. – Vyp. 151. – S. 149-156.
11. Bondarenko L. A. Netradytsiini zakhody hroshovo-kredytnoi polityky tsentralnykh bankiv v umovakh kryzy / L. A. Bondarenko // Bankivska sprava. – 2015. – Vypusk 2(112). – S. 58-61.
12. Kulinets A. P. Osoblyvosti mizhnarodnoho dosvidu vykorystannia rezhymiv tarhetuvannia valiutnoho kursu. Naukovi pratsi NDFI. 2008. № 3(44). S. 160–168.
13. Shvaiko M. L. Suchasni tendentsii hroshovo-kredytnoi polityky Ukrainy. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Seriya «Ekonomichna». 2017. Vyp. 92. S. 32–40.
14. Mishkin F. S. Ekonomika hroshei, bankivskoi spravy i finansovykh rynkiv / F. S. Myshkin ; per. z anh. S. Panchyshyn, A. Stasyshyn, H. Steblii. – K. : Osnovy, 1998. – 963 s.
15. Postanova Pravlinnia NBU «Pro Osnovni zasady hroshovo-kredytnoi polityky na 2016-2020 roky» №541 vid 18.08.2015 r.
16. Pro zastosuvannia Natsionalnym bankom Ukrainy standartnykh instrumentiv rehuliuвання likvidnosti bankivskoi systemy: Polozhennia, zatverdzhene postanovoiu Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy vid 17.09.2015r. № 615
17. Ilchuk P. H., Kots O. O., Zborivets Yu. B. Vplyv monetarnoi polityky NBU na dynamiku kredytnykh i depozytnykh stavok. Efektyvna ekonomika. 2019. № 9. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7278>
18. Statystyka. Osnovni pokaznyky diialnosti bankiv Ukrainy. Ofitsiinyi sait NBU. [Online]. URL: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798
19. Statystyka. Dani finansovoi zvitnosti bankiv Ukrainy. Ofitsiinyi sait NBU. [Online]. URL: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162&cat_id=36674.
20. Statystychna informatsiia [Online] / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2019/soes/soes_04_2019.pdf
21. Monetarnyi ohliad za 2010 rik [Online] – URL: <http://www.bank.gov.ua>.

Надійшла / Paper received : 17.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020

За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе
Повні вимоги до оформлення рукопису
<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/support.htm>



Підп. до друку 24.09.2020. Ум. друк. арк. 19,55. Обл.-вид. арк. 18,96.
Формат 30×42/4, папір офсетний. Друк різнографією.
Наклад 100, зам. № __/20

Тиражування здійснено з оригінал-макета, виготовленого редакцією журналу
«Вісник Хмельницького національного університету»
редакційно-видавничим відділом Хмельницького національного університету.
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (0382) 67-51-08; 77-33-63.
Свідоцтво про внесення в державний реєстр, серія ДК № 4489 від 18.02.2013 р.