

ISSN 2307-5740
DOI 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

Хмельницького
національного
університету

Економічні науки

2022, № 3

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi National University

Economic sciences

2022, Issue 3

Хмельницький 2022

ВІСНИК

Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки

Затверджений як фахове видання (перереєстрація), група «Б»

Наказ МОН 28.12.2019 №1643

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2022, № 3 (306)

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 <https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=7040>

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

CrossRef <http://doi.org/10.31891/2307-5740>

Головний редактор Григорук Павло Михайлович, д. е. н., професор, завідувач кафедри автоматизованих систем та моделювання економіки Хмельницького національного університету

Заступник головного редактора. Нижник Віктор Михайлович, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи

Голова редакційної колегії серії «Економічні науки» Хмельницького національного університету

Відповідальний секретар Кравчик Юрій Васильович, к. е. н., начальник відділу інтелектуальної власності та трансферу технологій Хмельницького національного університету

Члени редколегії серії «Економічні науки»

Альохін О. Б., д. е. н.; Білик В. В., д. е. н.; Васильківський Д. М., д. е. н.; Вівчар О. І., д. е. н.; Ведерніков М. Д., д. е. н.; Вишковська Зофія, д. е. н. (Польща); Гавловська Н. І., д. е. н.; Геєць В. М., д. е. н.; Гончар О. І., д. е. н.; Григорук П. М., д. е. н.; Джалагонія Давід, проф. (Грузія); Дихаминджия Ірма, д. е. н. (Грузія); Диха М. В., д. е. н.; Єпіфанова І. Ю., д. е. н.; Івашків І. М., к. е. н.; 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.; Король С. В., к. 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.; Несторенко Т. П., проф. (Польща); Нижник В. М., д. е. н.; Олуйко В. М., д. н. держ. упр.; Орлов О. О., д. е. н.; Поліщук І. І., д. е. н.; Рудніченко Є. М., 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.; Троїцьковскі Тадеуш, к. е. н. (Польща); Тюріна Н. М., к. е. н.; Філіппова С. В., д. е. н.; Хрущ Н. А., д. е. н.; Церуйова Тетяна, д. е. н. (Словакія); Череп А. В., д. е. н.; Чорна Л. О., д. е. н.

Технічний редактор Кравчик Ю. В., к. е. н.
Редактор-коректор Броженко В. О.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 17 від 26.05.2022

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@khmnu.edu.ua
web: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik>

Зареєстровано Міністерством юстиції України.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 24921-14861ПР від 12 липня 2021 року (перереєстрація)

© Хмельницький національний університет, 2022
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2022

ЗМІСТ

СЕРГІЙ БУРЛАКА, ТЕТЯНА БОРЕЦЬКА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	7
ГАЛИНА МОЗГОВА, ВІКТОРІЯ ЛЯШЕВСЬКА, ОЛЬГА ЗАЙКА, ВОЛОДИМИР БІЛОКОНЬ АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	15
ЛЕСЯ СТРУТИНСЬКА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ВОДОЧИСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ БАСЕЙНІВ ТА АКВАПАРКІВ	22
МИРОСЛАВА МОКЛЯК, ВІТАЛІЙ КУСТОВ БРІЖОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ БРІЖОВИХ ТОВАРІВ	30
МАРІЯ БАЛИЦЬКА, МАРГАРИТА ПАРЖИЦЬКА СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ БАНКАМИ УКРАЇНИ	36
ІРИНА КОЧНОВА, НАТАЛІЯ ОНУФРІСНКО УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	43
ОЛЕГ НИЖНИК, ІРИНА НИЖНИК, ВІКТОР ЛИСАК УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	47
ІРИНА КОШКАЛДА, СЕРГІЙ КАЛІНІЧЕНКО, ВАДИМ ГРОХОЛЬСЬКИЙ, АНДРІЙ ГРІБНИК РЕГІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	51
ЛЮДМИЛА ЛАРКА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	56
НАТАЛІЯ ПАНЬКІВ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГЕРОЇКО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ	60
ВІКТОРІЯ ХУДАВЕРДІЄВА, ГАЛИНА ОМЕЛЬЧЕНКО, ВОЛОДИМИР МЕРЧАНСЬКИЙ ОСОБЛИВОСТІ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ЯК ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ	76
СЕРГІЙ МАТЮХ, ВІКТОР ЛОПАТОВСЬКИЙ, ЮРІЙ КРАВЧИК ЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ПРІОРИТЕТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	81
ВІРА ШПИЛЬОВА, ОЛЕКСАНДР ЧЕРЕВКО КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ У РЕГІОНАХ	89
ОЛЬГА ГАРАФОНОВА, ІННА ЯЩЕНКО, ДІАНА ДЕРЕВ'ЯНКО, РОМАН ЯНКОВОЙ ПЕРФОРМАНС – ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	96
ДМИТРО ХОМА, ОКСАНА ЛОПАТОВСЬКА ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ІМПЕРАТИВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ САНАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА	100
ЯНА ПУХАЛЬСЬКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	108
АНАТОЛІЙ ЧИНЧИК, СТЕПАН ГОЛУБКА ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ БЮДЖЕТІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ	113
ЛАРИСА ІВАНЧЕНКОВА, ЛАРИСА СКЛЯР, ГАЛИНА ТКАЧУК, ТЕТЯНА ГНАТЬЄВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В УМОВАХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	120
БОГДАН ЯЦИКОВСЬКИЙ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГРНИЧОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ	126
ОЛЕКСАНДР ШЕРСТЮК АУДИТОРСЬКІ ПРОЦЕДУРИ ОЦІНЮВАННЯ ТВЕРДЖЕНЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЩОДО НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ	131
МИХАЙЛО ВЕДЕРНИКОВ, ЛЕСЯ ВОЛЯНСЬКА-САВЧУК, МАРІЯ ЗЕЛЕНА, ОКСАНА ЧЕРНУШКІНА, ОЛЕКСАНДР ГОРБАТЮК ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЯК НАПРЯМУ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	139
РОМАН АНДРУШКІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	148
ВОЛОДИМИР ЛИСЮК ПРИНЦИПИ СИСТЕМНОСТІ В ДОСЛІДЖЕННІ ЕВОЛЮЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ	157
АЛЬБІНА КУДЛАЙ, ВАСИЛЬ БСЛОЗЕРЦЕВ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ ТА АУДИТІ	165
СЕРГІЙ СТЕПАНЕНКО ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН З РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ	170

ТЕТЯНА КУКЛІНОВА ЩОДО ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	177
ЯРОСЛАВА МОСКВЯК ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ МОРСЬКОГО СУДНОПЛАВСТВА	180
ІРИНА АНГЕЛКО, НАТАЛІЯ САМОТІЙ, ГАЛИНА ЛЕХ СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	187
ЛЕСЯ МАТВІЙЧУК, ЛАРИСА ОЛІЙНИК ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ	192
ВАЛЕНТИНА СТАДНИК, АНДРІЙ ГОНЧАРУК, ВІТАЛІЙ ЙОХНА, ОЛЕНА ГОНЧАРУК МЕТОДОЛОГІЯ АНТИСИПАТИВНОГО ПІДХОДУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДИНАМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ХОДІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ	199
АННА ДАНИЛЮК НЕЙРОМАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ: ГНОСЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ	207
ІРИНА ПАНОВА, ВІКТОРІЯ СТЕПАНЕНКО ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	213
ВІТАЛІЙ ОПАНАСЮК УКРАЇНСЬКЕ ПОВОЄННЕ ДИВО: ВІД ПЛАНУ ДО ВТЛЕННЯ	218
ЛЮДМИЛА ХОМЕНКО, ОЛЕКСАНДРА ВОДОЛАЗСЬКА, ОКСАНА ОНИЩЕНКО ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	227
ОЛІВЕР ОРЛОВ, ЄВГЕНІЯ РЯСНИХ, ОЛЕНА САВЧЕНКО АСОРТИМЕНТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ	234
СВІТЛАНА СІРЕНКО СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ КОПІЮВАЛЬНОЇ ТА МНОЖУВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ	240
МИХАЙЛО ТРОФІМЧУК АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕАЛІЗАЦІЇ «ПЛАНУ МАРШАЛЛА» ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЙОГО ЗАСАДАХ	246
ЛАРИСА ТЕОДОРОВИЧ, МАРІЯ КИЯНИЦЯ ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ НА РІВНІ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ ТА СПОЖИВАЧІВ	252
МАРИНА ЮДІНА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ	259
ЛІЛІАНА ГОРАЛЬ, ЛЮДМИЛА ВОЙТКІВ, СОФІЯ ДУБ, ОЛЬГА СТЕПАНЮК, ОЛЕКСАНДРА ЯКУБИШИН БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ З ТРАНСПОРТУВАННЯ ВУГЛЕВОДНІВ В СФЕРІ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ	263
ІРИНА ФАДЄЄВА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВИБОРУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ ВИКИДІВ ПАРНИКОВИХ ГАЗІВ У НАФТОГАЗОВІЙ ГАЛУЗІ	268
АНАСТАСІЯ ВОЛОБОЙ, АННА МОКРА, ВАСИЛЬ БЕЛОЗЕРЦЕВ, ОКСАНА ЄЛІСЄЄВА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ	278
ТЕТЯНА КАПЛІНА, АННА КАПЛІНА, ЛАРИСА КУЩ, СВІТЛАНА ДУДНИК РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ СТРАТЕГІЇ Й МОДЕЛІ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	282
СЕРГІЙ КАЛІНІЧЕНКО, ТЕТЯНА ВЛАСЕНКО, ЮРІЙ ВІТКОВСЬКИЙ, АНДРІЙ ГРІБНИК ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ	289
РУСЛАН МУДРАК ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ГЛОБАЛЬНЕ ТА ВНУТРІШНЄ ПРОДОВОЛЬЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	294
ВІТАЛІЙ ШАРКО, НАДІЯ АНДРУСЕНКО, ОЛЬГА ВАСИЛИШИНА ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	299
ЛІДІЯ КАРПЕНКО, МИКОЛА ЇЖА ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕСТАЦІОНАРНОЇ ЕКОНОМІКИ: МОНІТОРИНГ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ІНДИКАТОРІВ	308
ТЕТЯНА ЛАРІКОВА ОЦІНКА В СИСТЕМІ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕФІНАНСОВИХ АКТИВІВ РОЗПОРЯДНИКІВ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ	315
ІРИНА БУБЕНЕЦЬ, ОЛЬГА ЧАТЧЕНКО МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ	323
ТАРАС ВАСИЛЬЦІВ, МАРТА КУНИЦЬКА-ІЛЯШ СТАН ТА ПРОБЛЕМАТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	327
ІРИНА ЄПІФАНОВА, ДЕНИС БОЛОТНОВ МІСЦЕ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	335

CONTENCE

SERHIY BURLAKA, TETANA BORETSKA ECONOMIC ASPECTS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT ENERGY SECTOR IN UKRAINE	7
GALYNA MOZGOVA, VIKTORIIA LIASHEVSKA, OLHA ZAIKA, VOLODYMYR BILOKON ANALYSIS OF THE STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF E-BUSINESS AND E-COMMERCE IN UKRAINE	15
LESYA STRUTYNSKA EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF INNOVATIVE WATER TREATMENT TECHNOLOGIES OF SWIMMING POOLS AND WATER PARKS	22
MYROSLAVA MOKLYAK, Vitaliy KUSTOV STOCK EXCHANGE MARKETING AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INFORMATION PROVISION OF PRICE FORMATION MANAGEMENT IN GOODS EXCHANGING	30
MARIIA BALYTSKA, MARHARYTA PARZHYTSKA MODERN METHODS FOR EVALUATING THE CREDITWORTHINESS OF BANK'S BORROWERS-LEGAL ENTITIES OF UKRAINE	36
Irina KOCHNOVA, Natalia ONUFRIENKO MANAGEMENT OF THE RANGE OF GOODS IN RETAIL TRADE	43
OLEH NYZHNYK, IRYNA NYZHNYK, VIKTOR LYSAK MANAGEMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF INNOVATION-ORIENTED SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS	47
SERGIY KALINICHENKO, ANDREY GRIBINIK, IRYNA KOSHKALDA, VADIM GROKHOLSKYI REGIONAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF A TOURIST PRODUCT	51
LUDMILA LARKA PROBLEMS OF ORGANIZATION OF MARKETING RESEARCH IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC	56
NATALIA PANKIV ANALYSIS OF TOURIST POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF HEROIC-PATRIOTIC TOURISM IN THE CARPATHIAN REGION OF UKRAINE	60
VIKTORIYA KHUDAVERDIYEVA, GALINA OMELCHENKO, VOLODYMYR MERCHANSKYI FEATURES OF TOUR RATING AS A TYPE OF ACTIVITY IN MODERN CRISIS CONDITIONS	76
SERHII MATIUKH, VIKTOR LOPATOVSKYI, YURII KRAVCHYK, ECONOMIC TRENDS OF UKRAINE'S DEVELOPMENT AND PRIORITIES OF REALIZATION OF NATIONAL ECONOMY POTENTIAL	81
VIRA SHPILEVA, OLEXANDR CHEREVKO CLUSTER APPROACH IN THE STATE POLICY OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT IN THE REGIONS	89
OLGA GARAFONOVA, INNA YASHCHENKO, DIANA DEREVIANKO, ROMAN YANKOVYI PERFORMANCE IS A PHENOMENON OF CONTEMPORARY ART	96
DMITRIY KHOMA, OKSANA LOPATOVSKA STRENGTHENING FINANCIAL SECURITY AS AN IMPERATIVE IN THE ENTERPRISE FINANCIAL REHABILITATION MANAGEMENT SYSTEM	100
YANA PUKHALSKA COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF THE INFORMATION SOCIETY	108
ANATOLII CHYNCHYK, STEPAN HOLUBKA TAX REVENUES OF BUDGETS UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES: THEORETICAL ANALYSIS	113
LARYSA IVANCHENKOVA, LARYSA SKLIAR, HALYNA TKACHUK, TETIANA HNATIEVA TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF PUBLIC FINANCIAL CONTROL IN THE CONDITIONS OF MARKET TRANSFORMATIONS	120
BOGDAN YATSKOVSKYY FEATURES OF THE CONCEPT STATE REGULATION OF NATIONAL DEVELOPMENT MINING INDUSTRY	126
OLEKSANDR SHERSTIUK AUDIT PROCEDURES FOR EVALUATION OF MANAGEMENT STAFF'S STATEMENTS ON INTANGIBLE ASSETS	131
MYKHAILO VEDERNIKOV, LESIA VOLIANSKA-SAVCHUK, MARIA ZELENA, OKSANA CHERNUSHKINA, OLEKSANDR HORBATIUK IMPLEMENTATION OF CORPORATE MOTIVATION SYSTEM AS A DIRECTION OF FORMATION OF AN EFFECTIVE MODEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE	139
ROMAN ANDRUSHKIV IMPROVEMENT OF MARKETING ACTIVITY OF BAKERY INDUSTRY ENTERPRISES	148
VOLODYMYR LYSYUK SYSTEMATIC STUDY OF PUBLIC ADMINISTRATION OF THE NATIONAL ECONOMY	157
ALBINA KUDLAI, VASIL' BELOZERTSEV INFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING AND AUDIT	165
SERGIY STEPANENKO USE OF MEANS OF MONEY-CREDIT REGULATION OF ECONOMIC PROCESSES: EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES WITH MARKET ECONOMY	170

TETIAHA KUKLINOVA EFFECTIVENESS ENSURING OF PRIVATE MEDICAL INSTITUTIONS	177
YAROSLAVA MOSKVYAK TRENDS IN IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE EUROPEAN MARITIME SHIP MARKET	180
IRYNA ANHELKO, NATALIJA SAMOTIY, HALYNA LEKH CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICES IN UKRAINE	187
LESIA MATVIYCHUK, LARYSA OLIINYK TAX BURDEN OF DOMESTIC ENTERPRISES IN CONDITIONS OF MARTIAL LAW: METHODOLOGICAL ASPECT	192
VALENTYNA STADNYK, ANDRIY GONCHARUK, VITALIY YOKHNA, OLENA GONCHARUK METHODOLOGY OF ANTISPATIVE APPROACH IN ENSURING DYNAMIC SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE DURING THE IMPLEMENTATION OF INNOVATION STRATEGIES	199
ANNA DANYLYUK NEUROMARKETING TECHNOLOGIES IN BRAND STRATEGY FORMATION: EPISEOLOGICAL FUNDAMENTALS	207
IRYNA PANOVA, VICTRORIA STEPENENKO THEORETICAL FUNDAMENTALS OF CREATIVE ECONOMICS RESEARCH	213
VITALII OPANASIUK UKRAINIAN POST-WAR MIRACLE: FROM PLAN TO IMPLEMENTATION	218
LYUDMILA KHOMENKO, OLEKSANDRA VODOLAZSKA, OKSANA ONYSHCHENKO OPTIMIZATION OF INVENTORIES AT THE MODERN ENTERPRISE	227
OLIVER ORLOV, EVGENIA RYASNYKH, OLENA SAVCHENKO ASSORTMENT PRICING IN THE FIELD OF MARKETING INNOVATION	234
SVITLANA SIRENKO PROMOTION OF PRODUCTS SALES AS A WAY TO OVERCOME THE COMMUNICATION GAP IN THE RELATIONSHIP BETWEEN RETAILERS AND CONSUMERS	240
MYKHAILO TROFIMCHUK ANALYSIS OF THE FEATURES OF THE MARSHALL'S PLAN IMPLEMENTATION AND THE PROSPECTS OF UKRAINE ECONOMY RESTORATION ON ITS BASIS	246
LARYSA TEODOROVYCH, MARIIA KYIANYTSIA WAYS TO REDUCE FOOD WASTE AT THE LEVEL OF HOSPITALITY AND CONSUMER INSTITUTIONS	252
MARYNA YUDINA CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATION POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF NATIONAL SECURITY	259
LILIANA HORAL, LYUDMYLA VOITKIV, SOFIYA DUB, OLGA STEPANYUK, OLEKSANDRA YAKUBYSHYN BUDGET POLICY OF HYDROCARBON TRANSPORT ENTERPRISES IN THE FIELD OF DECARBONIZATION	263
IRYNA FADYEYEVA ECOLOGICAL AND ECONOMIC MECHANISM OF SELECTION AND EVALUATION OF EFFICIENCY OF MEASURES TO REDUCE GREENHOUSE GAS EMISSIONS IN THE OIL AND GAS INDUSTRY	268
ANASTASIA VOLOBOY, ANNA MOKRA, VASYL BELOZERTSEV, OXANA YELISYEYEVA INFORMATION TECHNOLOGIES IN SYSTEM OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	278
TATYANA KAPLINA, ANNA KAPLINA, LARISA KUSHCH, SVITLANA DUDNYK THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN THE FORMATION OF A NEW STRATEGY AND BUSINESS MODEL OF HOSPITALITY ENTERPRISES	282
SERGIY KALINICHENKO, TETIANA VLASENKO, YURII VITKOVSKYI, ANDREY GRIBINYK FORMATION OF THE RANGE OF SERVICES - A PRIORITY DIRECTION OF MARKETING ACTIVITY OF A TRAVEL FIRM	289
RUSLAN MUDRAK THE INFLUENCE OF THE RUSSIAN UKRAINIAN WAR ON GLOBAL AND DOMESTIC FOOD SUPPLY	294
VITALII SHARKO, NADIA ANDRUSENKO, OLGA VASYLYSHYNA THE PROCESS OF FORMATION AND ASSESSMENT OF THE LEVEL OF CONSUMER LOYALTY ORGANIC PRODUCTS	299
LIDIYA KARPENKO, MYKOLA IZHA TRANSFORMATION THE INVESTMENT POLICY OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF NON-STATIONARY ECONOMY: MONITORING OF MACROECONOMIC INDICATORS	308
TATIANA LARIKOVA ASSESSMENT IN THE SYSTEM OF ACCOUNTING SUPPORT OF NON-FINANCIAL ASSETS BUDGET MANAGERS	315
IRYNA BUBENETS, OLGA CHATCHENKO MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISES IN A CRISIS	323
TARAS VASYLTSIV, MARTA KUNYTSKA-ILYASH STATE AND PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES OF THE REAL SECTOR OF UKRAINE'S ECONOMY	327
IRYNA YEPIFANOVA, DENIS BOLOTNOV THE PLACE OF STRATEGY IN AN CRISIS MANAGEMENT SYSTEM OF ENTERPRISES	327

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-1>

УДК 338.3.01

Сергій БУРЛАКА

Вінницький національний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0002-4079-4867>

e-mail: ipserhiy@gmail.com

Тетяна БОРЕЦЬКА

Вінницький національний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0002-7966-228X>

e-mail: boreckatetana@gmail.com

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

У статті аналізується, що потужність електроенергетики зростає з 185,2 млрд кВт-год у 2005 році до 420,1 млрд кВт-год у 2030 році (у 2,3 рази). При цьому зберуться домінуючі ролі теплової енергетики (40,8% у 2005 р., 39,8% у 2030 р.) та атомної енергетики (47,9% та 52,1% відповідно). У той же час виробництво гідроенергії зростає з 12,1 млрд кВт-год (6,5%) у 2005 році до 14,1 млрд кВт-год (3,4%) у 2030 році і збільшиться зі 100 млн кВт-год за рахунок нетрадиційної та відновлюваної енергії в 2005 року до 2,1 млрд кВт-год у 2030 році. Витрати на передачу впадуть з 14,7% у 2005 році до щонайменше 8,2% у 2030 році, а питомі витрати на паливо для чистої генерації впадуть з 378,9% до 345,7% /кВт-год. Частка імпортованої паливної електроенергії зменшиться з 58,0% у 2005 році до 8,2% (у сім разів) у 2030 році.

Для забезпечення цього виробництва електроенергії встановлена потужність електростанцій збільшиться з 52 ГВт у 2005 р. до 88,5 ГВт у 2030 р., у тому числі теплових електростанцій з 30,1 до 42,2 ГВт і атомних електростанцій з 13,8 до 29,5 ГВт з 4,7 кіловат до 10,5 мільйона кіловат, що забезпечить достатню відвідну потужність для енергосистеми країни. Необхідні обсяги для будівництва магістральних ліній електропередачі, комплексу систем управління та протиаварійного захисту постачання електроенергії від електростанцій, покращення постачання електроенергії на окремих ділянках, забезпечення надійної роботи єдиної енергосистеми та збільшення можливості її інтеграції в європейську енергосистему передбачає експорт електроенергії.

Ключові слова: аспект, напрямок, сектор, енергетика, виробництво, розвиток, паливо.

Serhiy BURLAKA, Tetana BORETSKA

Vinnytsia National Agrarian University

ECONOMIC ASPECTS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT ENERGY SECTOR IN UKRAINE

The article analyzes that the volume of electricity production in the power industry will increase from 185.2 billion kWh in 2005 to 420.1 billion kWh in 2030 (2.3 times). The dominant role of electricity production at thermal (40.8% in 2005, 39.8% in 2030) and nuclear (47.9 and 52.1%, respectively) power plants will be preserved. At the same time, the production of electricity at hydropower plants will increase from 12.1 billion kWh (6.5%) in 2005 to 14.1 billion kWh (3.4%) in 2030 and at the expense of non-traditional and renewable sources energy - from 0.01 billion kWh in 2005 to 2.1 billion kWh in 2030.

The costs of electricity in the power grid for its transportation will be reduced from 14.7% in 2005 to at least 8.2% in 2030, and the specific cost of fuel for the production of electricity in the network - from 378.9 to 345.7 in. / kWh

The share of electricity generated from imported fuel will decrease from 58.0% in 2005 to 8.2% in 2030 (7 times) (Fig. 4.5).

To ensure these volumes of electricity production, the capacity of power plants has been set at UAH 52 million. kW in 2005 to 88.5 million kW in 2030, including thermal power plants from 30.1 to 42.2 million kW and nuclear power plants - from 13.8 to 29.5 million kW. The capacity of the PSP HPP will be increased from UAH 4.7 to UAH 10.5 million. kW, providing the country's energy system with sufficient shunting capacity.

The construction of main power lines, integrated management and emergency protection systems to increase the capacity of power plants, improve electricity supply in some regions, ensure reliable operation of the Unified Energy System and its integration into the European energy system with increasing electricity exports.

Key words: aspect, direction, sector, energy, production, development, fuel.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Країна має величезний потенціал соціально-економічного розвитку та хороші умови енергопостачання. Вона має вигідне геополітичне та географічне розташування та є одним із найбільших у світі перевізників європейських паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) [1]. Запаси вугілля та урану, наявні потужності транспорту енергоносіїв, розвинена інфраструктура нафти, газу, електроенергії та теплової мережі, встановлена потужність електростанцій загалом достатні для забезпечення майбутніх потреб економіки країни у всіх необхідних первинних джерелах енергії [2]. Україна лише частково володіє власними нафтогазовими ресурсами, але вона є основним транспортником цих ресурсів до Європи, маючи можливість імпортувати їх зі Східної Азії (регіону з найбільшими природними ресурсами у світі) за рахунок наявного газу та нафтопроводів.



Рис. 1. Частка електроенергії, що виробляється на імпортованому паливі

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Однак у країні є певні можливості для диверсифікації постачання теплової енергетики країни за період 2015–2030 рр. Причиною запланованої розробки є широке впровадження вискоелективних та екологічно чистих джерел енергії — парогенераторних установок із надкритичними параметрами, паро- та газогенераторних установок, внутрішньоциркуляційної газифікації вугілля та біомаси, циркуляційних котлів із псевдозрідженим шаром тощо [2, 3]. В атомній енергетиці планується комплекс заходів щодо підвищення безпеки та продовження терміну експлуатації 12 діючих атомних електростанцій, виведення з експлуатації 6 енергоблоків після завершення експлуатації та введення в експлуатацію 18,5 ГВт нових потужностей до 2030 року, переважно в існуючій станціях.

Для забезпечення потреб українських атомних електростанцій стратегія передбачає розвиток виробництва урану (природного уранового концентрату), виробництва цирконію та цирконієвих сплавів, будівництво власного цеху паливних збірок, вирішення питань поводження з ядерним паливом та радіоактивними відходами [4–6].

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Напрямок розвитку нетрадиційної та відновлюваної енергетики є одним із найважливіших чинників підвищення енергетичної безпеки та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Тільки використання природоохоронного потенціалу відновлюваної природної та незбалансованої енергетики дозволить замінити 57,7 млн одиниць на рік, але враховуючи зміни сфери впливу та трансформацію ринку, основний напрямок розвитку енергетики країни не зрозумілий.

Виклад основного матеріалу

Оскільки світові ціни на природний газ, нафту та нафтопродукти різко зросли на тлі відносно стабільних цін, то необхідно зробити на електроенергію, теплопостачання фундаментальні зміни в структурі цих джерел. Поступово замінити газоподібне паливо в когенераційних котлах іншими видами палива (вугілля, біопаливо) і, головне, широко впроваджувати передові технології на основі теплових насосів, систем теплового накопичення – кондиціонерів електроенергії, біомаси, шахтного метану, технології виробництва тепла від сонячних теплових панелей [5, 6]. Впровадження таких технологій за рахунок забезпечення великих обсягів первинної генерації електроенергії з екологічно чистих джерел без викидів дозволить значно знизити не лише споживання викопного палива в опалювальній сфері, а й парниковий ефект.

З урахуванням впровадження енергозберігаючих заходів виробництво теплової енергії збільшиться з 241 млн Гкал у 2005 році до 431 млн Гкал (у 1,8 раза) у 2030 році. При цьому близько половини обсягу буде вироблятися на основі джерел тепла з нульовими викидами (теплові насоси, біомаса, сонячна батарея) [6].

У вугільній промисловості перехід на використання власних первинних енергетичних ресурсів передбачає збільшення видобутку вугілля з 78 млн тонн у 2005 році до 110-130 млн тонн товарного вугілля. Наприкінці періоду виробнича потужність шахти зростає до 144,4 млн т/рік, а коефіцієнт використання досягне 90%, що унеможливить введення в експлуатацію нових вугледобувних підприємств та трансформацію діючих вугільних шахт [7].

Тому потреби народного господарства в енергетичному вугіллі майже повністю задовольняються за рахунок власного вугілля (97,1%) та коксування (72,6%).

У нафтогазовому комплексі власний видобуток нафти та газового конденсату зростає до 5,4 млн т/рік у 2030 р. (за потреби вони мають спожити 23,8 млн т) (табл. 1). При цьому з урахуванням завантаження власних НПЗ та подальшого експорту нафтопродуктів імпорту України становив би 35,8 млн тонн на рік, з яких 9,2 млн тонн споживається на рік (рис. 2). При збільшенні глибини переробки (до 90%) технічно можливе збільшення переробних потужностей українських НПЗ до 45 млн тонн на рік у 2030 році [7].

Завданням у сфері перевезення нафти є збереження існуючої потужності, забезпечення безперебійної роботи нафтотранспортної системи та досягнення стану, що відповідає міжнародним стандартам.

Очікується, що видобуток природного газу в Україні досягне 28,5 млрд. кубометрів на рік у порівнянні з 20,5 млрд. кубометрів у 2005 році (рис. 3). Видобуток газу в Чорному морі та українській частині Азовського моря зростатиме швидше.

Таблиця 1

Обсяги видобутку власної нафти з газовим конденсатом

Характеристики	2005	2010	2015	2020	2030
Добування нафти в цілому	4,2	8,6	9,2	10,8	14,5
В загальному:					
Власні запаси	4,2	5,2	5,2	5,2	5,3
Поза межами України*	0	3,5	4,1	5,5	9,1
Імпорт	14,6	23,2	26,6	29,2	30,3
Споживання (разом з переробкою для експорту)	19,2	32,1	36,1	40,2	45,3
Споживання для внутрішніх потреб	18,1	19,2	20,8	21,2	23,7

* Видобуток нафти українськими компаніями за межами України.

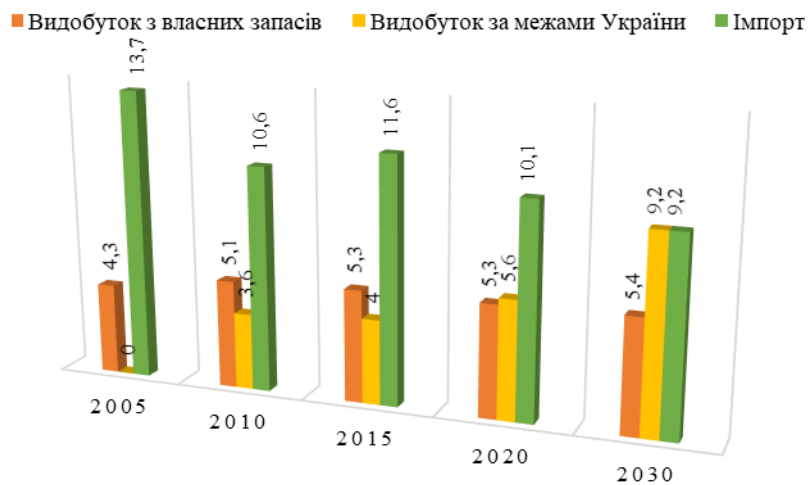


Рис. 2. Прогнозна динаміка видобутку та імпорту сирої нафти та газового конденсату для забезпечення власного споживання, млн тонн

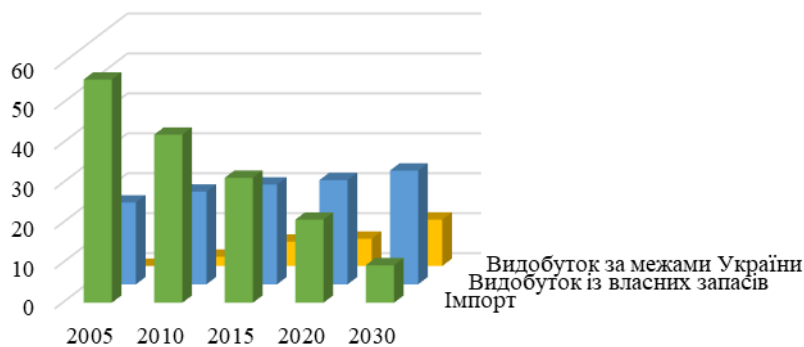


Рис. 3. Динаміка видобутку та імпорту природного газу для забезпечення власного споживання, млрд м3

Стратегія передбачає захист і розвиток газотранспортної системи України для збільшення її потужності на 3-35 млрд кубометрів на рік. Потужність підземного сховища газу планується збільшити на 7 млрд кубометрів на рік. Для підвищення енергетичної безпеки країни та подальшої диверсифікації джерел нафти та газу розглянути можливість розвитку видобутку вуглеводнів за межами України – у Саудівській Аравії, Об'єднаних Арабських Еміратах, Алжирі, Кувейті, Лівії, Росії, Казахстані, Ірані та інших країнах. Енергозбереження є одним із вирішальних факторів забезпечення країни економічними ресурсами. З урахуванням рекомендацій Національного комітету енергозбереження, розроблених спільно з профільними інститутами НАН України, стратегія передбачає збільшення енергозбереження на рівні 318 млн тонн, що

майже вдвічі перевищує рівень сучасного споживання, особливо за допомогою технологій заощадити 198 млн тонн. а структура – 120 млн тонн т (рис. 4) [7].

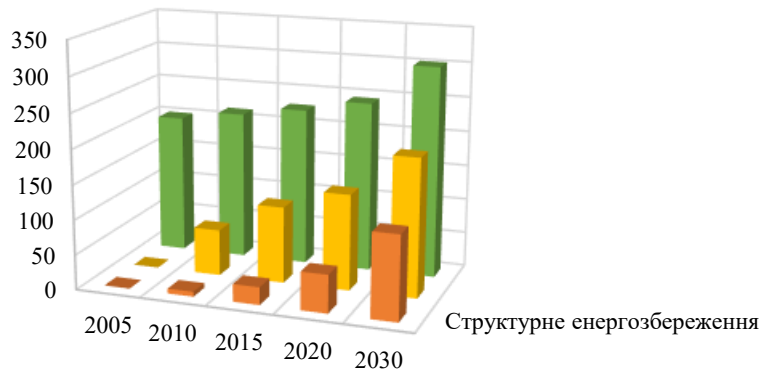


Рис. 4. Прогнозоване підвищення рівня заощадження енергії

В електроенергетиці за рахунок модернізації та введення в експлуатацію сучасного обладнання планується знизити норму споживання палива з 378,9 до 45,7 г/кВт-год, що еквівалентно викиду 18,5 млн тонн на тонну (або 15,9 млрд куб. м природного газу) та за рахунок зниження вартості електроенергії, що транспортується по мережі, з 14,7% до 8,2% - 2,24 млн тонн [8].

Водночас лише заміна мартену чорної металургії на конвертер може знизити споживання сталеливарного газу на 1,4 млрд куб. Ще 2,6 мільярда кубометрів дозволять заощадити технологічні вдосконалення доменної плавки шляхом закачування гарячого відновлюваного газу над сумішшю холодного кисню та пілокату. Близько 500 тис. тонн у промисловості будівельних матеріалів. Завдяки впровадженню сухої та напівсухої технології виробництва цементу вартість технології може бути знижена на 25% на рік.

Крім того, широке впровадження нетрадиційної та відновлюваної енергії, яка відіграє провідну роль у біоенергетиці, екологічній енергетиці, незбалансованій енергетиці, шахтному біогазі та малої річкової гідроенергетиці, замінить щонайменше 57,7 млн тонн. Проект концепції розвитку відновлюваної енергетики, розроблений Міністерством палива та енергетики України у 2008 році, пропонує можливість збільшити темпи освоєння цих ресурсів до 101,1 млн тонн в основному за рахунок біомаси та енергії вітру. Реалізація запропонованих енергозберігаючих заходів дозволить більш ніж удвічі знизити енергоємність ВВП країни з 0,89 кілограма до 2030 року. Загальний обсяг фінансування паливно-енергетичного комплексу до 2030 року досягне 1045 млрд грн (у цінах 2005 року), особливо електроенергії – 501,6 млрд грн, ядерно-паливного комплексу – 21,7 млрд грн, вугільної промисловості – 221,7 млрд грн, нафтогазового комплексу – 300,2 млрд грн. Стратегія передбачає розробку планів за основними напрямками розвитку паливно-енергетичного комплексу та визначення конкретних обсягів їх фінансування [8]. Стратегія аналізує перелічує основні положення концепції функціонування та розвитку оптового ринку електроенергії, затвердженої Кабінетом Міністрів України. У стратегії зазначено, що з огляду на тенденцію до зростання цін на енергоносії, електроенергію та природний газ в Україні, ціни будуть близькими до рівня лібералізованого ринку ЄС.

Основною проблемою економіки країни є енергонеєфективність через енергоємне промислове та сільськогосподарське виробництво, а також енергоємне житлово-комунальне господарство (рис. 5). Враховуючи реальний паритет купівельної спроможності, енергоємність ВВП України у 2005 році становила 0,89 кг умовного палива на 1 дол. Це в 2,6 рази вище середньосвітової енергоємності, але характерно для країн з перехідною економікою.

Щоб забезпечити найбільш ефективний економічний розвиток та покращити якість життя людей, країнам необхідно негайно вирішувати такі енергетичні проблеми:

- Зниження енергоємності економіки та енерговитрат у соціальній сфері;
- Зменшення енергетичної залежності шляхом підвищення рівня забезпечення власними паливно-енергетичними ресурсами, диверсифікації джерел імпорту енергоносіїв, створення резервів;
- Оновлення основних засобів паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) та підвищення надійності роботи.

Прогнози розвитку енергетики базуються на очікуваному зростанні валового внутрішнього продукту з урахуванням зниження енергоємності, конкурентних можливостей енергоресурсів за умов вирівнювання внутрішніх і світових цін, вимог енергетичної безпеки.

З огляду на те, що зростання світових цін на нафту та газ очікується в контексті стабільних цін на вугілля та ядерне паливо, а Україна має великі запаси вугілля та урану, паливна суміш була б вигідною, щоб мати вугілля та уран при зменшенні споживання та імпорту природного газу.

На основі прогнозу розвитку вітчизняної економіки основними економічними інституціями (НДІ економіки, Українська рада з досліджень продуктивності, Український інститут економіки та прогнозування) сформульовано три сценарії зростання ВВП до 2030 року. Базовий сценарій передбачає майже триразове збільшення ВВП (рис. 5).

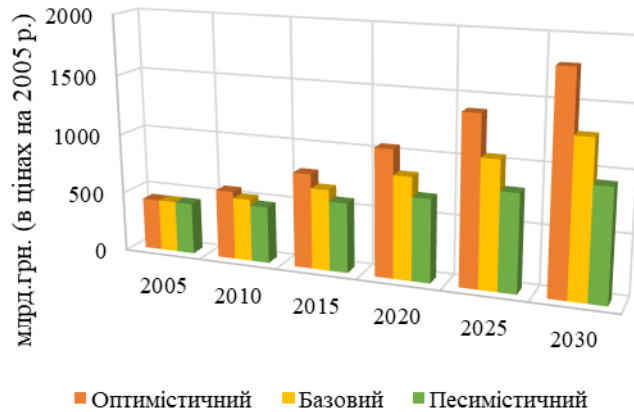


Рис. 5. Прогноз динаміки валового внутрішнього продукту (ВВП) за трьома сценаріями

На основі базової стратегії стратегія розвитку енергетики країни передбачає:

Споживання первинної енергії зросло на 200,6 млн тонн у 2005 році до 302,7 млн тонн 2030 (51,0%). Завдяки широкомасштабному впровадженню технологічного та структурного енергозбереження забезпечується, що швидкість економічного розвитку перевищує швидкість споживання енергії, а рівень майбутнього енергоспоживання може бути знижений більш ніж у 2 рази (рис. 6) [8].

У 2030 році споживання електроенергії зросте в 2,2 рази до 395,1 млрд кВт-год. Крім того, у 2030 році передбачається можливість експорту 25 млрд кВт-год електроенергії, споживання вугільної продукції майже вдвічі (до 130,3 млн тонн), внутрішнє споживання нафти збільшиться на третину до 23,8 млн тонн, зменшиться споживання природного газу майже на 36% (до 49,5 млрд куб)

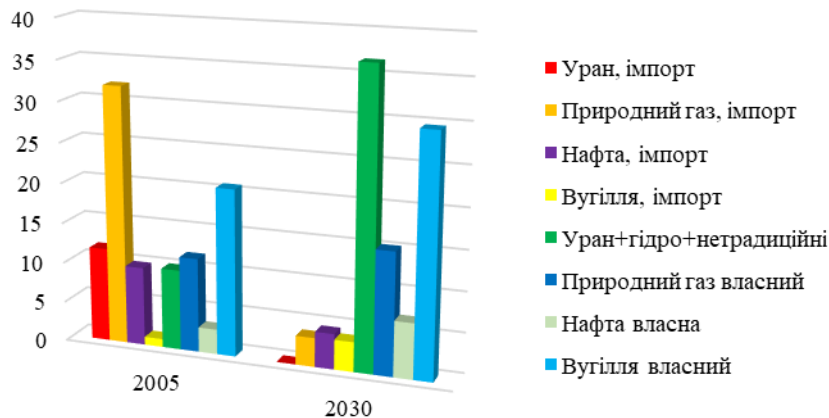


Рис. 6. Збільшення обсягів споживання первинних енергоресурсів за базовим сценарієм

За прогнозами, енергетична залежність зменшиться майже в п'ять разів – з 54,5% у 2005 році до 11,7% у 2030 році (рис. 7).

Основним результатом цієї стратегії має стати підвищення економічної ефективності та екологічної безпеки шляхом впровадження нових технологій під час модернізації, модернізації та введення в експлуатацію нового обладнання, забезпечення необхідного надійного та якісного енерго- та енергопостачання економіки та населення. Очікуються досягнення:

- Знизити енергоємність ВВП з 0,89 кілограма маси тіла до 0,41 кілограма за долар (USD) у 2005 році. за долар США (USD) у 2030 році (тобто 2,2x).
- Оптимізувати структуру виробництва електроенергії за видами палива, забезпечивши такі співвідношення: АЕС - 52,1%, ТЕС, ТЕЦ, блочної станції - 42,9%.

- Підвищення ефективності та екологічності енергетичного сектору.
- Забезпечення енергетичної безпеки шляхом зниження енергетичної залежності країни (газ, нафта, уран) з 54,4% у 2005 році до 11,7% у 2030 році.
- Зростання виробництва електроенергії на власному паливі з 42,0% у 2005 році до 91,8% у 2030 році.
- Диверсифікація джерел енергопостачання за рахунок участі України в міжнародних енергетичних проєктах, особливо в розробці нафтогазових родовищ.
- Створення стратегічних запасів нафти та газу в країні.



Рис. 7. Прогнозоване зниження рівня енергетичної залежності країни

Державний нагляд за розвитком енергетики вдосконалюватиме законодавство та правову базу функціонування економічної енергетики за допомогою відповідної цінової, податкової, митної, антимонопольної політики та інших засобів регулювання природної монополії. Важливим засобом досягнення цілей енергетичної стратегії України до 2030 року стане формування необхідного економічного та соціального середовища [8].

Можливі напрямки коригування та реалізації національної енергетичної стратегії. По-перше, слід пам'ятати, що стратегія не є документом прямої дії. Швидше, це інструктивний, інформаційно-аналітичний матеріал, який слугує орієнтиром для основних напрямків і становить основу для стратегічно визначених галузевих планів (планів) на період 2015–2020 років. Ці плани повинні надавати дуже детальну інформацію, аж до проєктів конкретних об'єктів і технологій, повинні визначати обсяги та можливі джерела фінансування проєкту, заходи зеленого паливно-енергетичного підприємства. Як державні, так і відомчі програми мають законодавчий статус [8].

У плані розвитку теплових електростанцій та атомної енергетики, особливо в частині визначення кількості, необхідної для введення в експлуатацію нових ТЕС та АЕС, переобладнання та модернізації генераторних установок ТЕС, виведення з експлуатації старих генераторних установок, будуть враховані оновлені показники для визначення стратегії зростання споживання енергії (використання опалення енергії, експорт електроенергії тощо) та стратегії зниження споживання енергії (енергозбереження, впровадження сучасних систем когенерації та інших нових технологій тощо). При цьому можна зменшити обсяги виведення з експлуатації блоків ТЕС, збільшуючи тим самим обсяг ремонту існуючого обладнання електростанцій.

Реальна динаміка зростання ВВП, інші показники економічного розвитку протягом прогнозного періоду, тенденції цін на світових ринках палива, швидший за запланований, економічно вигідний потенціал нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії, нові енергетичні технології, які можуть призвести до значного скорочення виробництва енергії, введення в експлуатацію нових атомних електростанцій і потужностей ТЕС з відповідними корективами фінансових, екологічних та інших параметрів, визначених стратегією. За визначенням, стратегія розглядається як спільний план, що спрямовує реалізацію широкомасштабного прийняття рішень та деяких її основних заходів, послідовна реалізація яких має забезпечити основні цілі країни в певній сфері. Тому найважливішим моментом у реалізації стратегії має стати налагодження процесу моніторингу, корекції та контролю через виконання програми та сфери розвитку енергетики [9].

З моменту затвердження стратегії пройшли роки і цей фактор є найслабшою ланкою в її реалізації. Важливим чинником реалізації стратегії є стан економічної та соціальної сфери країни, особливо цінової політики. Без зміни ціни на електроенергію, що еквівалентно підвищенню ціни на паливо, неможливо створити умови для розвитку електроенергетики. Основним організаційним документом реалізації стратегії є Розпорядження Кабінету Міністрів України про затвердження Енергетичної стратегії України на період до 2030 року та затвердження Плану заходів з її реалізації на 2006–2010 роки. Після затвердження стратегії

(докризовий період) підтвердили реальність прогнозування динаміки виробництва та споживання електроенергії. Відповідно до цієї стратегії було складено план розвитку ОЕС в Україні до 2010 року та на перспективу до 2015 року [9].

У 2009 році успішно виконано будівництво ПС 750 кВ «Київська», будівництво ПЛ 380 кВ для електропостачання в південній частині Одеської області та будівництво проекту потужності Придністровської ГАЕС, а також будівництво ПЛ 750 кВ, м. Запоріжжя Каховка з кредитними рішеннями з міжнародними фінансовими організаціями, Рівненська АЕС – Київська ПС тощо. Продемонструвати реальність напряму планування та розвитку магістральних та міждержавних мереж України. 2007-2008 рр. Мінпаливенерго спільно з енергетичними компаніями розробили план розвитку регіональної розподільної мережі та національний план розвитку та модернізації теплової електростанції, які затверджено відповідним рішенням уряду України. Своєчасне забезпечення необхідного фінансування цих та інших проектів буде можливим лише за умови переходу на ринкові принципи формування тарифів і цін на енергоносії.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Міжнародне енергетичне агентство вважає, що до 2050 року основною тенденцією розвитку світової енергетики стане впровадження енергозберігаючих технологій, низьковуглецевих технологій викопного палива, розвиток атомної енергетики та нетрадиційної відновлюваної енергетики у сфері кінцевого споживання енергії. Енергетичні технології, спрямовані на різке скорочення викидів парникових газів.

Основні положення енергетичної стратегії України повністю відповідають основним пріоритетам МЕА, за винятком положень, що визначають напрямок використання власного вугілля для теплової енергії.

Міжнародна конференція з глобального потепління (Копенгаген, грудень 2009 р.) може забезпечити більш потужне фінансування, ніж зараз, для енергетичних технологій, які зменшують викиди парникових газів через різке зростання цін на вуглець і повне впровадження механізму. У разі квот на викиди зелені технології, такі як біоенергетика, енергія вітру, сонячна енергія, можуть значно підвищити їх інвестиційну привабливість.

Якщо такі технології дозволять збільшити виробництво енергії з нетрадиційних джерел (це буде підтверджено одним із 34 планів, розроблених і розглянутих відповідно до чинного законодавства).

«Розвиток нетрадиційної енергетики та відновлюваної енергетики» та відповідним чином коригування, щоб зменшити показники розвитку енергетики, такі як зростання теплової енергії, виробництво палива та показники енергозбереження («План енергозбереження»).

Коригування основних показників енергетичної стратегії має здійснюватися відповідно до макроекономічних показників офіційно затвердженої економічної стратегії України, яка передбачає структурний розвиток сектору економіки з урахуванням наслідків фінансово-економічної кризи.

Пріоритетними мають бути наукомісткі та енергоефективні технології, що підвищують інноваційну та інвестиційну активність галузі. Це стане основою для забезпечення енергетичної та національної безпеки нації.

Література

1. Terentiev O.M. The features of the predictive computing modeling power system load in terms of reforming energy market / O.M. Terentiev, T.I. Prosiankina-Zharova, V.A. Lahno, Y.V. Usatiuk // *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. – 31st January 2020. – Vol. 98, No 02. – P. 163–182.
2. Оржель О. Відновлювана енергетика: рік здобутків та сподівань. Економічна правда. Архів оригіналу за 31 січня 2018. Прочитовано 30 січня 2018. <https://www.epravda.com.ua/>.
3. Підготовка проектних пропозицій із чистої енергії : [практичний посібник] / Агентство США з міжнар. розвитку ; Проект USAID "Муніцип. енергет. реформа в Україні ; [під заг. ред. Р. Ю. Тормосова, О. П. Романюк, К. Р. Сафіуліної]. – Київ : ТОВ "Поліграф плюс", 2015. – 176 с. : іл. – ISBN 978-966-8977-49-7
4. Економічний розвиток національного господарства України: особливості та моделі в умовах постіндустріального суспільства : монографія / О. В. Пирог ; Мін-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2013. – 336 с. : іл., табл. – ISBN 978-617-607-410-6.
5. Економіка України – аналітика, статистика, факти. Архівовано 16 березня 2022 у Wayback Machine. Укренерго — національний регулятор енергосистеми України.
6. Історія та перспективи нафто газовидобування : навчальний посібник / [В. С. Білецький та ін.]. – Київ : ФОП Халіков Р. Х., 2019.
7. Поклади сланцевого газу в Україні уп'ятеро перевищують традиційний ресурс. Національний промисловий портал. 22 листопада 2018. Прочитовано 22 листопада 2018. <http://uprom.info/>.
8. Білецький В. С. Історія та перспективи нафто газовидобування : навчальний посібник / Білецький В. С., Гайко Г. І., Орловський В. М. – Львів : Видавництво «Новий Світ — 2000», 2019. – 302 с.
9. Оцінка екологічності нафтового палива та біопалива з використанням методології повного життєвого циклу / І.В. Гунько, С.А. Бурлака, і А.П. Єленич // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2018. – Т. 2, № 6. – С. 246–249.

References

1. Terentiev O.M. The features of the predictive computing modeling power system load in terms of reforming energy market / O.M. Terentiev, T.I. Prosiankina-Zharova, V.A. Lahno, Y.V. Usatiuk // *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. – 31st January 2020. – Vol. 98, No 02. – P. 163–182.
2. Orzhel O. Vidnovliuvana enerhetyka: rik zdostrukiv ta spodyvan. Ekonomichna pravda. Arkhiv oryhinalu za 31 sichnia 2018. Protsytovano 30 sichnia 2018. <https://www.epravda.com.ua/>.
3. Pidhotovka proektnykh propozytsii iz chystoi enerhii : [praktychnyi posibnyk] / Ahentstvo SShA z mizhnar. rozvytku ; Proekt USAID "Munitsyp. enerhet. reforma v Ukraini ; [pid zah. red. R. Yu. Tormosova, O. P. Romaniuk, K. R. Safiulinoi]. – Kyiv : TOV "Polihraf plius", 2015. – 176 s. : il. – ISBN 978-966-8977-49-7
4. Ekonomichni rozvytok natsionalnoho gospodarstva Ukrainy: osoblyvosti ta modeli v umovakh postindustrialnoho suspilstva : monohrafiia / O. V. Pyroh ; Min-vo osvity i nauky Ukrainy, Nats. un-t «Lviv. politekhnik». – L. : Vyd-vo Lviv. politekhniky, 2013. – 336 s. : il., tabl. – ISBN 978-617-607-410-6.
5. Ekonomika Ukrainy – analityka, statystyka, fakty. Arkhivovano 16 bereznia 2022 u Wayback Machine. Ukrenerho — natsionalnyi rehuliator enerhosystemy Ukrainy.
6. Istoriia ta perspektyvy nafto hazovydobuvannia : navchalnyi posibnyk / [V. S. Biletskyi ta in.]. – Kyiv : FOP Khalikov R. Kh., 2019.
7. Poklady slantsevoho hazu v Ukraini upiatero perevyschchuiut tradytsiinyi resurs. Natsionalnyi promyslovyi portal. 22 lystopada 2018. Protsytovano 22 lystopada 2018. <http://uprom.info/>.
8. Biletskyi V. S. Istoriia ta perspektyvy nafto hazovydobuvannia : navchalnyi posibnyk / Biletskyi V. S., Haiko H. I., Orlovskiy V. M. – Lviv : Vydavnytstvo «Novyi Svit — 2000», 2019. – 302 s.
9. Otsinka ekolohichnosti naftovoho palyva ta biopalyva z vykorystanniam metodolohii povnoho zhyttievoho tsykladu / I.V. Hunko, S.A. Burlaka, i A.P. Yelnych // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. – 2018. – T. 2, № 6. – S. 246–249.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-2>

УДК 658:004

Галина МОЗГОВА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0002-9763-3298>

e-mail: g.v.mozgovaya@karazin.ua

Вікторія ЛЯШЕВСЬКА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0001-6520-3632>

e-mail: v.i.liashevskaya@karazin.ua

Ольга ЗАЙКА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0002-6000-9870>

e-mail: ovzaika0812@gmail.com

Володимир БІЛОКОНЬ

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

e-mail: vovabelokon99@gmail.com

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Дослідження присвячене аналізу стану та тенденцій розвитку електронного бізнесу та електронної комерції в Україні. Проаналізовано дані позицій України серед інших 37 країн європейського континенту за рейтингами розвитку інфраструктури та логістики електронного бізнесу. Розглянуто індекси рівня розвитку інфраструктури та логістики електронного бізнесу, надано їх характеристику, а саме: Індекс ефективності логістики; Індекс простоти ведення бізнесу; Індекс розвитку електронного уряду; Інклюзивний індекс Інтернету; Показник надійності Всесвітнього поштового Союзу; Індекс екологічної ефективності; Глобальний індекс кібербезпеки.

Визначено основні сфери, за якими Міністерство виконує завдання з формування та реалізації державної політики: сфера цифровізації, цифрового розвитку, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства; сфера розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян; сфера відкритих даних, розвитку національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури широкопasmового доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу; сфера надання електронних та адміністративних послуг; сфера електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації; сфера розвитку ІТ-індустрії. Визначено сфери, за якими Міністерство виконує завдання з формування та реалізації державної політики. Напрямами розвитку електронного уряду повинні стати не тільки проекти з розвитку інфраструктури, але й освітні та культурні проекти розвитку довіри до отримання державних послуг через Інтернет. Проаналізовані показники доступу населення до Інтернет, отже у вітчизняного електронного бізнесу є перспектива розвитку за рахунок долучення нових споживачів до мережі Інтернет. Онлайн-платформи стають корисним механізмом для малих та середніх підприємств, оскільки допомагають охопити клієнтів онлайн без необхідності вкладати кошти в веб-магазин або брендинг.

Ключові слова: електронний бізнес, електронна комерція, індекс, електронні послуги.

Galyna MOZGOVA, Viktoriia LIASHEVSKA,

Olha ZAIKA, Volodymyr BILOKON

V.N. Karazin Kharkiv National University

ANALYSIS OF THE STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF E-BUSINESS AND E-COMMERCE IN UKRAINE

The study is devoted to the analysis of the state and trends of e-business and e-commerce in Ukraine. The data of Ukraine's positions among the other 37 countries of the European continent on the ratings of e-business infrastructure development and logistics are analyzed. Indices of the level of infrastructure development and logistics of e-business are considered, their characteristics are given, namely: Index of logistics efficiency; Index of ease of doing business; E-Government Development Index; Inclusive Internet index; Reliability indicator of the Universal Postal Union; Environmental efficiency index; Global Cyber Security Index. The main areas in which the Ministry of Finance performs tasks for the formation and implementation of public policy are identified: digitalization, digital development, digital economy, digital innovation, e-government and e-democracy, information society development; the field of development of digital skills and digital rights of citizens; open data, development of national electronic information resources and interoperability, development of broadband Internet and telecommunications infrastructure, e-commerce and business; sphere of providing electronic and administrative services; sphere of electronic trust services and electronic identification; sphere of development of the IT industry. The spheres in which the Ministry of Finance performs tasks on formation and realization of the state policy are defined. The directions of e-government development should be not only infrastructure development projects, but also educational and cultural projects to develop trust in obtaining public services via the Internet. The indicators of public access to the Internet are analyzed, so the domestic e-business has the prospect of development by connecting new consumers to the Internet. Online platforms are becoming a useful mechanism for small and medium enterprises, as they help to reach customers online without having to invest in a web store or branding.

Keywords: e-business, e-commerce, index, e-services.

**Постановка проблеми у загальному вигляді
та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями**

Розвиток інформаційних технологій, їх поширення серед населення призводить до нових можливостей зростання електронного бізнесу та електронної комерції. Але в останні роки, які відзначалися спалахом пандемії COVID-19, реалізація бізнесу через Інтернет набула зовсім іншого значення. Як ніколи раніше, цей сектор економіки почав відігравати надзвичайну роль у суспільстві, безпечно забезпечуючи споживачам доступ до товарів у часи, коли діяли суворі обмеження для захисту здоров'я людей. Як наслідок, відбулося виняткове зростання продажу продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Лука Кассетті, генеральний секретар Європейської асоціації цифрової комерції, у звіті про електронну комерцію в Європі зазначив, що прогнозується продовження зростання електронної комерції у 2021 році з очікуваними показником темпів зростання на рівні 12% [1, с. 2].

За словами Крістіана Вершурена, генерального директора Європейської асоціації цифрової комерції [1, с. 3], електронна комерція становить 10-15% від загального обсягу роздрібних продажів в ЄС. Проте це впливає на більшу частку споживчого шляху (до 50% або більше), який сьогодні включає поєднання фізичного та онлайн-ого. Потужне зростання за останнє десятиліття прискорилося з пандемією Covid 19, і набагато більше споживачів вийшли в Інтернет вперше: 71% населення купували в Інтернеті в 2020 році, порівняно з 66% у 2019 році і 64% у 2018 році. Очікується, що ця тенденція продовжуватиме зростати, оскільки споживачі, набувши досвіду, бачать переваги онлайн-продажів і чекають безперебійної роботи, включаючи комбінацію онлайн- та офлайн-взаємодій для здійснення покупок.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття

Важливим питанням стає визначення рівня розвитку електронного бізнесу та електронної комерції в Україні в порівнянні з іншими країнами, встановлення умов та напрямків розвитку вітчизняного Інтернет-ринку.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз стану та тенденцій розвитку електронного бізнесу в Україні і на цій основі встановлення можливостей його розвитку.

Виклад основного матеріалу

З метою визначення рівня розвитку електронного бізнесу в Україні було проаналізовано позицію України серед інших 37 країн європейського континенту за рейтингами розвитку інфраструктури та логістики (таблиця 1).

Таблиця 1

Позиція України серед інших 37 країн європейського континенту за рейтингами розвитку інфраструктури та логістики електронного бізнесу (розроблено за [1, с. 6])

	LPI	EDBI	EGDI	ІІп	2IPD	UNCTAD	EPI	GCI
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Бельгія	3	46	41	21	12	21	15	19
Франція	16	32	19	6	6	17	9	5
Німеччина	1	22	25	25	3	6	10	13
Ірландія	29	24	27	23	15	8	16	46
Люксембург	24	72	33	-	71	36	2	13
Нідерланди	6	42	10	16	4	2	11	16
Об'єднане Королівство	9	8	7	9	8	5	4	2
Данія	8	4	1	9	53	3	1	32
Естонія	36	18	3	30	25	14	30	3
Фінляндія	10	20	4	18	28	7	7	22
Ісландія	40	26	12	-	79	32	17	58
Латвія	70	19	49	32	62	39	36	15
Литва	54	11	20	17	31	27	35	6
Норвегія	21	9	13	-	34	9	9	17
Швеція	2	10	6	1	24	15	8	26
Австрія	4	27	15	27	2	19	6	29
Чеська Республіка	22	41	39	31	16	22	20	68
Угорщина	31	52	52	40	32	31	33	35
Польща	23	40	24	12	13	28	37	30
Словацька Республіка	53	45	48	34	21	23	26	34
Словенія	35	37	23	-	40	34	18	67
Швейцарія	13	36	16	20	1	1	3	42
Болгарія	52	61	44	37	43	46	41	77
Хорватія	49	51	39	53	33	25	34	33

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Північна Македонія	81	17	72	-	51	52	43	38
Румунія	48	55	55	29	44	45	32	62
Сербія	65	44	58	-	29	43	45	39
Україна	66	64	69	48	30	51	60	78
Позиція України серед інших країн Європи	31 місце	33 місце	35 місце	26 місце	20 місце	34 місце	35 місце	36 місце
Молдова	116	48	79	-	26	53	87	63
Росія	75	28	36	25	19	41	58	5
Албанія	88	82	59	-	95	86	62	80
Кіпр	45	54	18	-	39	38	31	41
Греція	42	79	42	38	38	33	25	28
Італія	19	58	37	14	11	29	20	20
Мальта	69	88	22	-	59	48	23	49
Португалія	23	39	35	33	22	40	27	14
Іспанія	17	30	17	3	37	24	14	4

Характеристика рейтингів, які включено до порівняльного аналізу Європейською асоціацією цифрової комерції представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Рейтинги визначення рівня розвитку інфраструктури та логістики електронного бізнесу (розроблено за [1–8])

Назва	Характеристика
Індекс ефективності логістики (LPI – Logistics Performance Index)	Вимірює результативність логістичного ланцюга постачання всередині країни. Це інтерактивний інструмент порівняльного аналізу, створений, щоб допомогти країнам визначити проблеми та можливості, з якими вони стикаються у своїй діяльності у галузі торгової логістики. LPI дозволяє проводити порівняння 160 країн.
Індекс простоти ведення бізнесу (EDBI – Ease of Doing Business Index)	Країни ранжуються за легкістю ведення бізнесу від 1 до 190. Високий рейтинг легкості ведення бізнесу означає, що нормативно-правове середовище більшою мірою сприяє відкриттю та роботі місцевої фірми. Рейтинг визначається шляхом сортування сукупних оцінок за 10 напрямками, кожен з яких складається з декількох показників. Рейтинги для всіх економік прив'язані до травня 2019 р.
Індекс розвитку електронного уряду (EGDI – E-Government Development Index)	Вимірює готовність та спроможність національних адміністрацій використовувати інформаційні та комунікаційні технології для надання державних послуг. Крім оцінки моделей розвитку веб-сайтів, цей індекс визначає характеристики доступу до онлайн середовища, такі як інфраструктура та рівень освіти. EGDI – це складовий показник таких важливих вимірів електронного уряду: можливість підключення до телекомунікацій, надання онлайн-послуг та людський потенціал.
Інклюзивний індекс Інтернету (IIn – Inclusive Internet Index)	Загальна оцінка індексу заснована на оцінці категорій: наявність: досліджує якість і широту доступної інфраструктури, необхідної для доступу і рівні використання Інтернету; доступність за ціною: оцінює вартість доступу по відношенню до доходу та рівня конкуренції на ринку Інтернет; актуальність: перевіряє наявність і ступінь змісту місцевої мови та релевантного змісту; готовність: перевіряє здатність доступу до Інтернету, включаючи навички, культурне знання та підтримуючу політику.
Показник надійності Всесвітнього поштового Союзу (2IPD-Index for Postal Development)	Інтегрований індекс розвитку пошти відображає розвиток пошти у всьому світі. На 2020 р. охоплює 170 країн. Цей індекс пропонує оцінку ефективності (від 0 до 100) за чотирма параметрами розвитку пошти: надійність, охопт, актуальність та стійкість. Крім визначення ефективності поштових операторів по всьому світу, 2IPD встановлює напрямки розвитку пошти та підвищення ефективності поштової інфраструктури. Це робить 2IPD унікальним інструментом для політиків, регулюючих органів, поштових операторів та інших зацікавлених секторів, які прагнуть зрозуміти роль, яку поштові послуги можуть відігравати в епоху електронної комерції.
Рейтинг UNCTAD B2C E-commerce Index (UNCTAD B2C E-commerce Index)	Цей індекс вимірює готовність економіки підтримувати покупки в Інтернеті. Рейтинг складається з чотирьох індикаторів, які мають безпосереднє відношення до покупок онлайн. Це частка жителів, які мають рахунки для мобільних платежів, частка користувачів інтернету в структурі населення, надійність пошти та наявність безпечних інтернет-серверів. Кожен індикатор оцінювався за 100-бальною шкалою, а середнє арифметичне з чотирьох показників склало підсумковий індекс.
Індекс екологічної ефективності (EPI – Environmental Performance Index)	Індекс EPI є зведенням на основі даних про стан стійкості у світі. Застосовуються 32 показники ефективності за 11 категоріями проблем. EPI оцінює 180 країн за станом довкілля та життєздатністю екосистем. Ці показники дозволяють оцінити у національному масштабі, наскільки країни близькі до існуючих цілей екологічної політики. EPI пропонує оцінку картку, яка виділяє лідерів та відстаючих в екологічних показниках та надає практичні рекомендації для країн, які прагнуть рухатися до стійкого майбутнього. Загальний рейтинг EPI показує, які країни вирішують екологічні проблеми, з якими стикається кожна країна. Детальний погляд та порівняльна перспектива можуть допомогти у розумінні детермінант екологічного прогресу та в уточненні політичних рішень.
Глобальний індекс кібербезпеки (GCI – Global Cybersecurity Index)	Цей індекс відображає виконання зобов'язань держав-членів у сфері кібербезпеки за п'ятьма напрямками: правові заходи; технічні заходи; організаційні заходи; розвиток потенціалу; заходи співпраці. Оцінки за кожним напрямком підсумовуються у загальний бал

Аналіз даних, наведених в таблиці 2 дає змогу зробити наступні висновки щодо умов розвитку електронного бізнесу в Україні.

Найгірше становище визначається за показниками екологічної ефективності, кібербезпеки, розвитку електронного уряду. На жаль, Україна посідає майже останні місця за цими індексами серед 37 країн Європи.

На сьогоднішній день в країні досить багато робиться для розвитку електронного уряду. 18 вересня 2019 року «Положення про Міністерство цифрової трансформації України». На рисунку 1 представлено основні сфери, за якими Мінцифри виконує завдання з формування та реалізації державної політики.

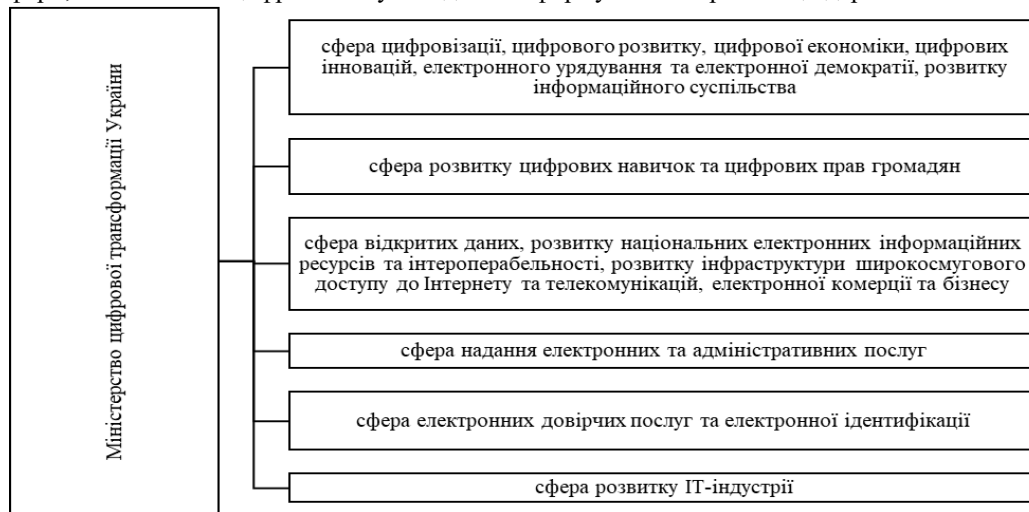


Рис. 1. Основні сфери, за якими Мінцифри виконує завдання з формування та реалізації державної політики (розроблено за [9])

Таким чином можна очікувати результати від дій Міністерства цифрової трансформації протягом найближчих років. І тут необхідно зауважити, що Індекс розвитку електронного уряду – це складовий показник. До нього входить не тільки показники ефективності роботи електронного уряду, але й можливість доступу до цих послуг населення. І, якщо молодше покоління без вагань користується електронними послугами, то у більш старшій частини населення можуть виникати проблеми, пов'язані з відсутністю культури та необхідних навичок користування інтернет-послугами. Отже напрямками розвитку електронного уряду повинні стати не тільки проекти з розвитку інфраструктури, але й освітні та культурні проекти розвитку довіри до отримання державних послуг через Інтернет. Це стосується електронного бізнесу моделей типу A2C, A2B, G2C, G2B.

Але, якщо говорити про електронний бізнес моделей B2B, B2C, C2B, то тут дещо інша ситуація. Культура споживання послуг та замовлення товарів через Інтернет все ж таки більш розвинута в Україні. І в цьому випадку більш важливою є саме інфраструктура, яка дозволить реалізувати електронний бізнес. Як раз за Інклюзивним індексом Інтернету, який відображає наявність інфраструктури доступу до Інтернету, доступність споживачеві за ціною, та готовність покупця використовувати Інтернет, Україна знаходиться на 26-му місці. А за показником надійності Всесвітнього поштового Союзу, який відбиває наявність можливості пересилати товари поштою, якість та надійність поштових послуг, Україна займає 20-е місце. Таким чином, можна зробити висновок, що саме для електронної комерції вітчизняна інфраструктура та логістика підготовлена досить на високому рівні.

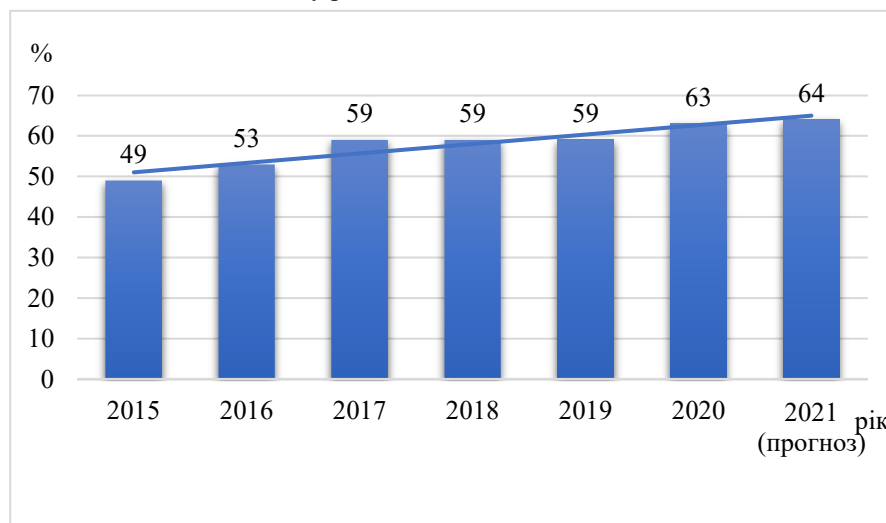


Рис. 2. Відсоток населення України, що має доступ до Інтернет [1, с. 94]

Про розвиток інфраструктури, яка сприяє розвитку електронного бізнесу, свідчать і показники доступу населення до Інтернет. Показники відсотку населення України, що має доступ до Інтернет, які представлено на рисунку 2, свідчать, що з 2019 по кінець 2021 року прогнозується приріст в 5%, і буде складати 64 % населення. Середній показник по Європі складає 89%, а темп приросту з 2019 року склав 2 % [10]. Отже у вітчизняного електронного бізнесу є перспектива розвитку за рахунок долучення нових споживачів до мережі Інтернет.

На рисунку 3 представлена динаміка відсотку користувачів Інтернету України, які купували товари чи послуги в Інтернеті

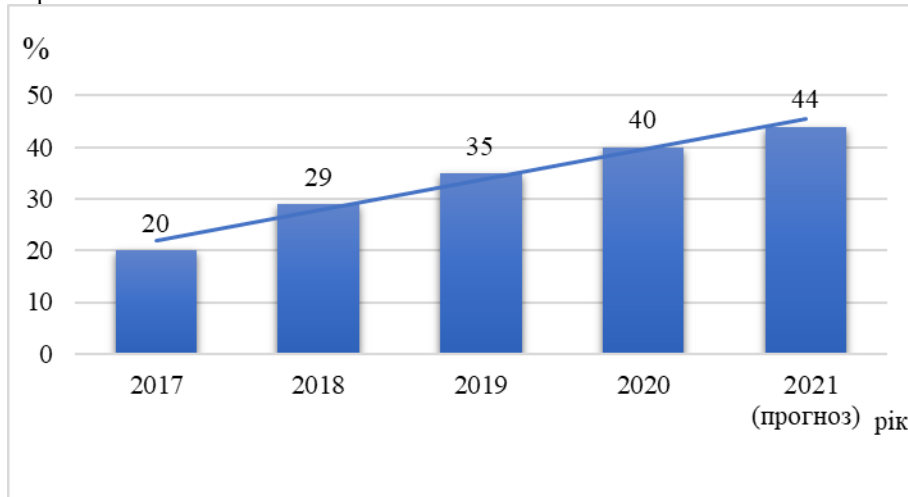


Рис. 3. Відсоток користувачів Інтернету України, які купували товари чи послуги в Інтернеті [1, с. 94]

За прогнозними значеннями у 2021 році по відношенню до 2019 року цей показник зросте на 9%. Загалом по Європі цей показник зросте на 7% [11]. Тобто Україна демонструє досить високі показники зростання.

Якщо порівняти відсоток валового внутрішнього продукту (ВВП), що складається з продажів електронної комерції України до загального ВВП країни (рисунк 4), то можна зробити висновок, що все ж таки електронний бізнес розвивається доволі повільно.

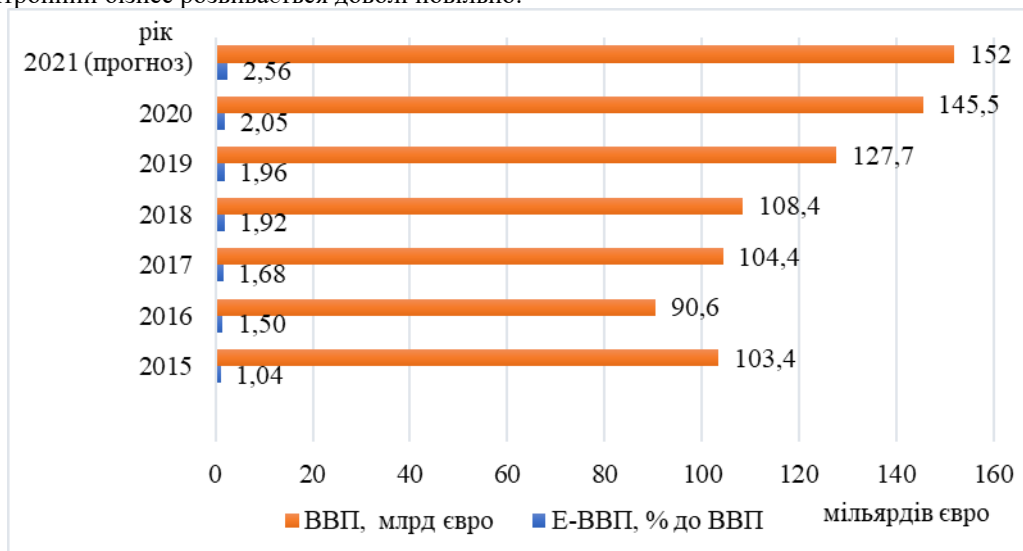


Рис. 4. Валовий внутрішній продукт (ВВП) України у мільярдах євро та відсоток ВВП, що складається з продажів електронної комерції [1, с. 94]

Цікаво зіставити відсоток електронного ВВП України з іншими країнами Європи (рисунк 5). Як видно з рисунку, Україна посідає 21 місце за цим показником серед 37 країн Європи, тобто знаходиться приблизно всередині. При цьому, якщо роздрібна та оптова торгівля, особливо непродовольчими, особливо сильно постраждали від обмежень, введених під час пандемії, то в цілому електронний бізнес показав за останні роки позитивну динаміку.

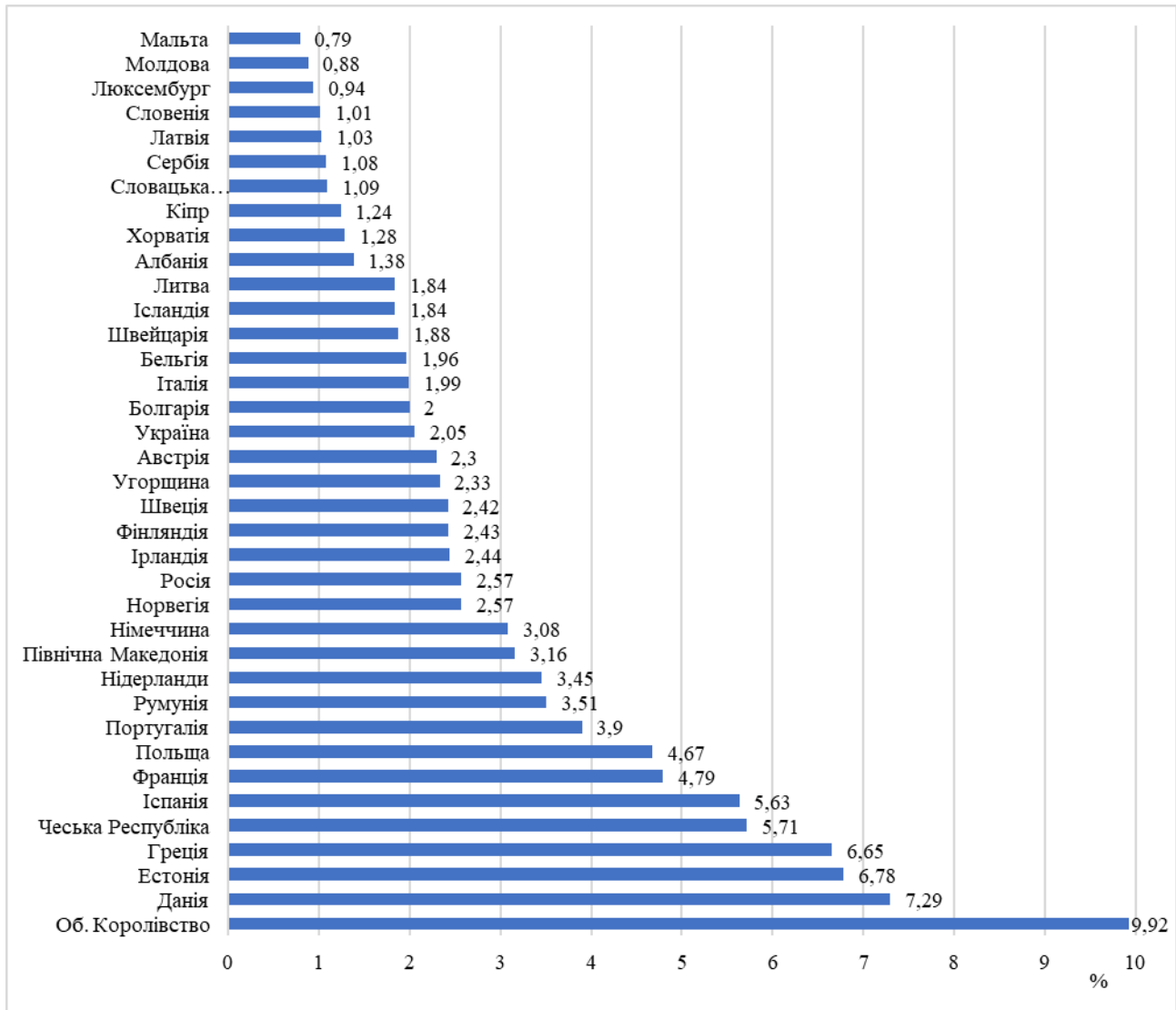


Рис. 5. Відсоток електронного валового внутрішнього продукту (Е-ВВП) у загальному ВВП за країнами Європи у 2020 р., % [1]

Постійний розвиток, який відбувався за останнє десятиліття прискорився під впливом факторів, пов'язаних з пандемією Covid 19 через те, що набагато більше споживачів були вимушені вийти в Інтернет вперше.

Постачальники товарів першої необхідності та роздрібні продавці, які підтримують економіку «home nesting» (товарів для дому та ремонту, створення затишку та комфорту) та роботу на дому, зафіксували високі показники активності в таких сферах, як благоустрій будинку, садівництво та електроніка. Для України, як і для інших Європейських країн, допомогли онлайн-продажі та click & collect. Інвестиції в цифровізацію прискорилися, плани цифровізації, які спочатку планувалися на кілька років, були реалізовані за лічені місяці [11].

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що електронний бізнес в Україні потребує підтримки цифрової трансформації та інновацій, зокрема для малих і середніх підприємств, на державному рівні. Удосконалення законодавства та продовження впровадження цифровізації є ключовим компонентом політики сталого розвитку.

Цифровізація повинна стати головним пріоритетом для відновлення сектора електронного бізнесу та економіки в цілому. До пандемії 70% роздрібних продавців, особливо мікробізнесів, не мали пропозицій електронної комерції. Це важливо, оскільки цифрова присутність показала себе як життєво важливий рятувальний круг і питання виживання для багатьох компаній, які стикаються з повторюваними хвилями обмежень і сьогодні їм дуже не вистає ліквідності.

Очікується [12], що 20-30% роздрібних продавців, швидше за все, не зможуть продовжити свою діяльність. Оскільки роздрібна та оптова торгівля є життєво важливим елементом, що лежить в основі життя місцевих громад, це може мати досить негативний вплив на розвиток невеликих міст.

Основні пріоритети підтримки середніх малих та мікро-компаній, що переходять на цифровий ринок, включають підвищення обізнаності, надання порад щодо створення онлайн-присутності, щоб дозволити компаніям охопити свою клієнтську базу і підтримку підприємців.

Паралельно з цією підтримкою пріоритетом також має бути розвиток нормативно-правового середовища для створення рівних умов щодо ринків. Онлайн-платформи стали корисним механізмом для малих та середніх підприємств, оскільки допомагають охопити клієнтів онлайн без необхідності вкладати кошти в веб-магазин або брендинг.

Література

1. Lone S., Harboul N. & Weltevreden J.W.J. European E-commerce Report. Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe. 2021. 111 p. URL: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>
2. Welcome to the LPI 2018. World Bank Group. URL: <https://lpi.worldbank.org/>
3. Ease of Doing Business rankings. <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>
4. E-Government Development Index (EGDI). UneGovKB. URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>
5. Index for Postal Development (2IPD). Universal Postal Union. URL: [https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union/Activities/Research-Publications/Integrated-Index-for-Postal-Development-\(2IPD\)](https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union/Activities/Research-Publications/Integrated-Index-for-Postal-Development-(2IPD))
6. UNCTAD B2C E-commerce Index. URL: <https://knoema.com/UNCTADBEC12019/unctad-b2c-e-commerce-index>
7. About the EPI. URL: <https://epi.yale.edu/>
8. Global Cybersecurity Index. International Telecommunication Union. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Cybersecurity/Pages/global-cybersecurity-index.aspx>
9. Regulations on the Ministry of Digital Transformation of Ukraine. Government portal. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919>
10. Retail Forecasts Report 2021: Resilience and Opportunities in a New Retail World Rethinking Retail for the 'New Normal'. BDO: Published in the UK. URL: <https://www.bdo.co.uk/en-gb/insights/industries/retail-and-wholesale/retail-forecasts-report>
11. Ecommerce Trends 2021: Survey Report. SearchNode. URL: <https://searchnode.com/wp-content/uploads/2020/12/Ecommerce-Trends-2021-SearchNode.pdf>
12. The State of Ecommerce 2021 Navigating the new world of omnichannel commerce and retail media. Catalyst Online. URL: <https://www.catalystdigital.com/wp-content/uploads/The-State-of-eCommerce-2021.pdf>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-3>

УДК 338.242

Леся СТРУТИНСЬКА

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-0401-5475>

e-mail: lesyastrutyn@gmail.com

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ВОДООЧИСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ БАСЕЙНІВ ТА АКВАПАРКІВ

Розглянуто типові процеси водоочищення та водопідготовки басейнів аквапарків. Запропонована методика економічної оцінки ефективності їх застосування. Методика ґрунтується на запровадженні ряду показників якості водоочисного процесу, розрахунку коефіцієнта «критерію ефективності» водоочищення басейнів.

Встановлено, що найвищими значеннями ефективності із розглянутих водоочисних процесів володіє запропонований метод електролізно-кавітаційного водоочищення. Цей метод ґрунтується на органічному поєднанні переваг таких фізичних методів як електролізне та кавітаційне знезараження органічних та біологічних забруднювачів води. Забезпечуваний ним ступінь очищення та знезараження сягає 97-98%.

Ключові слова: економічна ефективність, методи водоочищення, методика розрахунку, показники ефективності.

Lesya STRUTYNSKA

Lviv Polytechnic National University

EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF INNOVATIVE WATER TREATMENT TECHNOLOGIES OF SWIMMING POOLS AND WATER PARKS

Typical processes of water purification and water treatment of water park pools are considered. The method of economic estimation of efficiency of their application is offered. The methodology is based on the introduction of a number of indicators of the quality of the water treatment process of calculating the coefficient of "efficiency criterion" of water treatment of swimming pools.

The purpose of this study was to develop an innovative technology of electrolytic-cavitation water treatment for swimming pools and water parks and to create a method of comparative evaluation of the effectiveness of modern water treatment technologies.

A new technological scheme of electrolytic-cavitation water purification of public water bodies is proposed. A mathematical dependence has been created, which allows to objectively assess the effectiveness of various methods of water treatment and purification using the proposed indicator called "efficiency criterion"

It is established that the proposed method of electrolytic-cavitation water purification has the highest values of efficiency from the considered water purification processes. This method is based on an organic combination of the advantages of such physical methods as electrolytic and cavitation disinfection of organic and biological water pollutants. The degree of purification and disinfection provided by him reaches 97-98%.

Key words: economic efficiency, water treatment methods, calculation methods, efficiency indicators.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Проблеми управління процесами переходу економіки та інноваційний розвиток на сучасному етапі суспільного соціального стану приділяється підвищена увага науковців та практиків. Як наслідок, у розвинутих країнах до 80-85% приросту ВВП забезпечується інноваційними заходами, найвагомішими посеред яких є нові досконалі технологічні процеси виготовлення виробів та продукції в органічному поєднанні із новими методами організації виробництва. На жаль, на сьогоднішній день частка України у загальноосвітньому обсязі наукомісткої продукції становить лише десяту долю відсотка. Для порівняння, у Польщі цей показник вищий у десятки разів, у Німеччині – в сотні. Проблема тут полягає не лише у тому, що суттєво сповільнюються темпи економічного розвитку нашої країни порівняно із провідними країнами світу, а і в тому, через несумісність будемо відкинутими до когорти країн так званого «третього» світу. Як відзначає проф. С.М. Ілляшенко: «У цих умовах для України опора інновації є тим єдиною можливим шляхом, який дозволить забезпечити сталий розвиток і входження на рівних до світового співавторства цивілізованих країн» [1].

Поряд з тим, специфічною особливістю сучасних інноваційних технологій як у виробничих галузях, так і в різнопланових галузях сфери послуг, є нерозривне їх поєднання із заходами збереження довкілля. Складається враження, що людство нарешті усвідомило, що гонитва у виробничих галузях за надприбутками із притаманною їй шкодою для навколишнього середовища є згубним шляхом екстенсивного розвитку, оскільки подальші витрати на відновлення довкілля та компенсацію завданої здоров'ю людей шкоди у разі, а то і десятки разів перевищують очікувані прибутки, закладені на етапах недосконалого шкідливого для довкілля виробництва. Нехай не на омріяно-бажаному, та все ж на доволі відчутному рівні у ХХІ столітті покращився рівень культури та статків мешканців України. Широкі можливості зарубіжного туризму із супутніми йому властивостями переймання кращого побутового досвіду, потужне Internet-інформаційне поле, підвищення фінансових можливостей для певних прошарків

населення сприяло перегляду мешканцями країни власних традицій та дозвілля. Це постало поштовхом активному розвитку в містах побутової сфери, косметичних та SPA-салонів, харчових та розважальних закладів, басейнів і аквапарків тощо. Ці сучасні заходи оздоровлення, гігієни та покращення побуту громадян нерозривно пов'язані зі стрімким наростанням обсягів використання у населених пунктах води, а відповідно, і із збільшенням побутових стоків та зумовленого цим погіршення екології довкілля.

Особливою мірою показовими у цьому відношенні постали модні у сьогоденні посеред громадян водні оздоровчі процедури. Як наслідок цього – басейни та водойми громадського використання облаштовано практично у кожному мікрорайоні великих міст як у закритих приміщеннях, так і на відкритому повітрі. До споконвіку традиційних плавальних басейнів та душових тут додалися лікувальні гідромасажи, новомодні сауни, бані та парильні кімнати, різноманітні водяні гірки та атракціони, косметичні SPA-салони, які у основному ґрунтуються на використанні великих кількостей води, до того ж із високими ступенями її очищення.

Специфіка сучасних водних процедур у соціальному контексті полягає у тому, що усвідомивши їх значимість для здоров'я, користувачі готові сплачувати доволі значні кошти за їх використання. Проте і справедливо вимагають за це високої якості безпосередньо самої води та належного обслуговування та високої якості безпосередньо самої води. Якість води суттєво вища від загальноприйнятих у сьогоденні в Україні застарілих санітарно-гігієнічних норм.

Саме тому технологічним процесам водопідготовки та водоочищення, які є запорукою збереження якісної гідросфери для нащадків, науковцями в останні роки приділяється все більша увага. Але досить часто впровадження перспективних технологій водоочищення стримується отриманням після реалізації цих технологій значних об'ємів осадів, які здатні накопичуватись та спричиняти вторинне забруднення довкілля. Зокрема у випадку реалізації адсорбційних методів очищення утворюються значні кількості відпрацьованих сорбентів. Реалізація реагентних методів очищення досить часто супроводжується накопиченням продуктів реакції. У кращих випадках ці речовини знаходять застосування у інших галузях економіки – наприклад як комплексні добрива пролонгованої дії. Реагентних методів, в результаті реалізації яких не утворюються вторинні відходи, небагато, до того ж часто їх реалізація супроводжується утворенням шкідливих продуктів реакції. У випадку ж реалізації біологічних методів очищення (ця технологія є типовою для очищення муніципальних стічних вод) утворюється велика кількість відпрацьованого активного мулу, який вже зараз створив потужне забруднення довкілля в Україні та в ряді інших країн [2]. Тому особливу увагу дослідники приділяють таким методам очищення водних середовищ, в результаті реалізації яких вторинні відходи не утворювались би. До таких методів у першу чергу належать фізичні методи очищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

За умови наявності на територіях високо розвинутих суспільних формацій достатньої кількості водних ресурсів культура гігієни та оздоровчих водних процедур споконвіків була, є і незаперечно буде неодмінною складовою побуту громадян. Ця особливість побуту не втрачає своєї актуальності та вагомості для здоров'я і сучасних мешканців, і прийдешніх поколінь. дана проблема є ваговою і для екології довкілля, оскільки обсяги споживаної води невпинно наростають, а її запаси катастрофічно зменшуються. Саме тому невпинно нарощується кількість наукових досліджень, спрямованих на вдосконалення технологій водоочищення та водопідготовки. Переважно вони спрямовані на створення інноваційних підходів як до розробки високоєфективних технологічних процесів, так і до методик оцінки їх ефективності. Нові водоочисні технології доволі ґрунтовно описані у літературних першоджерелах [3]. Проте відсутність методик їх порівняльної оцінки утворює певні труднощі при виборі для конкретних установ тої, чи іншої технології. Тому для підприємств малого та середнього бізнесу, зорієнтованих на надання оздоровчих послуг, відсутність методик порівняльної оцінки водоочисних технологій створює небезпеку відчутних фінансових збитків.

Вагомість якості води, як засобу її гігієни та продукту харчування людини переоцінити практично не можливо. Адже саме вода та оточуюче нас повітря у їх органічному поєднанні із продуктами харчування є найвагомішими для життя людини субстанціями і саме їх якість є визначальною для її здоров'я. Переконаливо доведено, що саме джерельній та збагаченій корисними солями і мінералами лікувальній воді характерні оздоровчі для живих організмів властивості. Проте відомо також, що, саме неякісна бактеріологічно чи хімічно забруднена вода постає джерелом шкідливих інфекцій та важко виліковних хвороб (дизентерії, холери, тифу тощо). Саме тому технологічним процесам водоочищення та водопідготовки приділяється підвищена увага із міркувань потреби у забезпеченні та чіткому дотриманні встановлених санітарно-гігієнічних норм.

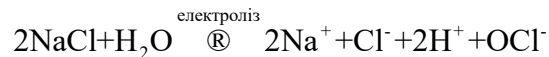
На жаль, в Україні і на сьогоднішній день в основному використовують морально застарілі технології водопідготовки, що базуються, в основному, на грубому та тонкому фільтруванні води від механічних домішок та хімічному окисненні хлором як біологічно знезаражувальному засобі. Найрозповсюдженішими такі технології водопідготовки із рециркуляційною схемою водообміну є для басейнів та водойм громадського використання – басейнів, аквапарків тощо. Концентрація залишкового хлору на рівні 0,3 мг/дм³ тут певною мірою гарантує бактеріологічну безпеку користувачів щодо санітарно-

показникових бактерій та мікроорганізмів (кишкової палички, ентерококів, стафілококів тощо). Однак, загальновідома і доволі шкідлива дія хлору як дезінфікуючого засобу на організм людей, особливо схильних до алергічних захворювань. Це подразнююча дія хлору на слизові та шкіру, інтоксикації при потраплянні шкідливих сполук хлору в органи зору та дихання, отруєння при випадкових ковтаннях води тощо. Та і осадити сполуки розчиненого в воді хлору при її утилізації доволі затратно і складно, тому переважно у басейнах використовують періодичну водозаміну, зливаючи використану воду в каналізаційні системи водовідведення. Зрозуміло, що дана технологічна схема водопідготовки застаріла і потребує вдосконалення.

Одним із дієвих інноваційних кроків у екологічному покращенні процесів водопідготовки постала заміна недосконалого з позиційного впливу на здоров'я користувачів та довкілля хлорування води та дезінфікуюче і знезаражувальне її очищення пероксидом водню H_2O_2 . Пероксид водню як хімічний дезінфектант не містить подразнювачів і запахів, не провокує алергічних захворювань. І що не менш вагомо – не утворює при тривалій взаємодії із водою нерозчинних сполук та осадів. Проте, використання вартісного пероксиду водню суттєво підвищує затрати на водопідготовку, порівняно із хлоруванням.

Все ширшого розповсюдження набувають методи фізичного та фізико-хімічного очищення води, які зорієнтовані на використання тих чи інших фізичних явищ та впливів на воду із метою її очищення, покращення структури та властивостей. Найширшого розповсюдження у сьогоднішній для цієї мети набули методи електролізного очищення води та її озонування. При електролізному очищенні на першому етапі забруднену воду, пропускаючи крізь фільтри грубого та тонкого очищення, відфільтровують від механічних домішок. На другому етапі в електролізному апараті підготовлюють дезінфектант.

Під дією електричного струму в апараті відбувається реакція електролізного розщеплення кухонної солі за наступним хімічним рівнянням



На третьому етапі дезінфектант додають у забруднену воду. Іони OCl^- , активно взаємодіючи із наявним у воді забрудненням, знезаражують її та очищають. Відстояну і очищену від осаду воду в подальшому подають до басейну, постійно здійснюючи контроль за ступенем її забруднення. Дане очищення води здійснюють дискретно 3-4 рази на добу, залежно від вмісту забруднення. Завдяки цьому вся вода басейну впродовж певного часу проходить багаторазове електролізне очищення, невпинно підтримуються на належному рівні її санітарно-гігієнічні показники. Це понижує затрати на дезінфектанти. Тим не менше, затрати електроенергії на функціонування електролізної установки є доволі значними – до 10 Квт за годину експлуатації однієї із двох дублюючих одна одну установок. У наслідок цього фінансові витрати на експлуатацію електролізних установок відчутно підвищують вартість послуг для відвідувачів [4].

Принцип очищення води озонуванням дещо інший. Він базується на тому, що надзвичайно активний у хімічному розумінні окиснювач газ озон у певних співвідношеннях пропускається крізь забруднену воду та інтенсивно очищує її від біологічних забруднень. Активно взаємодіючи із цитоплазматичними мікроорганізмами озон руйнує їх, позбавляє бактерії репродуктивної здатності до відновлення та розмноження. Як наслідок, за чіткого дотримання вимог озонових очисних технологій забезпечується до 99% ступінь біологічного знезараження води. Згідно запровадженій класифікації озонування належить до реагентних методів водоочищення. Однак, отримання озону в достатніх для очищення води басейнів кількостях хімічними методами довготривале у часі та затратне. Тому для його застосування використовують фізичні методи отримання озону, які базуються на утворенні озону із кисню повітря у міжелектродному просторі навколо електричної дуги.

Порівняно із електролізним очищенням води озонування забезпечує суттєво вищі показники біологічного знезараження, однак і вартість його, що обумовлена незначною продуктивністю електродугового утворення озону та відчутними на це енергозатратами, суттєво вища. Очевидно саме тому озонування як метод очищення води використовують переважно для дитячих басейнів із незначними до 100 літрів запасами води, а дешевше електролізне очищення – для більш об'ємних загальних басейнів.

Наступним кроком у екологічному покращенні водокористування мав би постати комплекс заходів, спрямованих на покращення лікувальних властивостей як безпосередньо самої води, так і водних процедур, та вдосконалення очисних технологій. Наприклад, шляхом пониження витрат на дезінфікуючі реагенти завдяки зменшенню необхідної їх кількості та концентрації. Досягнути цього можна шляхом так званої «активації» води благодатними фізичними впливами на неї з метою переструктуризації води до мономолекулярного стану. Саме мономолекулярна структурна будова молекул притаманна цілощій джерельній воді, саме за такої структури воді властива найкраща засвоєваність рослинами та тваринним світом. У мономолекулярному стані вода набуває, за класифікацією хіміків, властивостей «апротонного розчинника», стрімко нарощуючи свою окисну здатність. Наслідком цього є підвищення природної протидії активованої води біологічному забрудненню, покращення її антисептичних властивостей, сприяння загоюванню мікротравм шкіри та мікротріщин слизових. Однак, існуючим та розповсюдженим на

сьогоднішній день методам активації води властиві певні недоліки, що стають на заваді широкому їх застосуванню для таких значних об'ємів води, які властиві басейнам та аквапаркам. Так, відомим фізичним методам активації води – магнітній, ультразвуковій кавітаційній, електроіскровій обробкам тощо, окрім притаманних виключно їм особливим обмеженням, властивий ще і спільний для них всіх недолік. Він полягає у незначній продуктивності цих методів активації, що звісно обмежує їх технологічні можливості. Спільним недоліком методів хімічної активації (озонування, обробки води сріблом тощо) є висока вартість реагентів. Тому все ще актуальними залишаються наукові пошуки придатних для значних об'ємів води методів активації з метою її переструктуризації до мономолекулярного стану.

В останні десятиліття увагу вчених-дослідників, що займаються питаннями водоочищення, було звернуто на використання для цих цілей кавітаційних явищ. В даний час для кавітаційної обробки рідин і суспензій на їх основі найбільш відомі ультразвукові генератори та гідродинамічні кавітатори. Ультразвукова кавітаційна обробка відрізняється високою інтенсивністю формованого кавітаційного поля, проте вона надзвичайно низькопродуктивна через швидке загасання ультразвукової хвилі в рідинному середовищі. Та й енергетичні витрати в ультразвукових генераторах досить відчутні - до 500 Вт/дм³, що в більшості своїй, обмежує використання ультразвуку сферою лабораторних досліджень [5, 6].

У гідродинамічних кавітаторах кавітаційне поле генерується в результаті зміни швидкості і геометрії гідравлічних потоків при обтіканні ними твердих тіл або при переміщенні за певних швидкостей в рідинних твердих тіл. Найбільшого поширення набули гідродинамічні лопатеві кавітатори, в основу яких закладено формування кавітаційного поля внаслідок обертання в рідинному потоці із високою швидкістю багатолопатевої крильчатки. Продуктивність кавітаційної обробки рідин тут досить висока і досягає 2 ÷ 3 м³/год. Однак інтенсивність сформованого кавітаційного поля незначна, що не забезпечує якісної обробки рідин, звужуючи сферу ефективного використання гідродинамічних кавітаторів [7].

Не залежно від природи збудження кавітаційного поля механізми кавітаційного впливу на рідини в більшості своїй ідентичні. Найбільш наочні механізми кавітаційного впливу в рідинних на основі води. Численні короткі за часом етапи зародження, зростання і сплескування кавітаційних бульбашок під дією зміни в них тиску газового середовища сприяють формуванню потужної енергетичної хвилі, розвитку хімічних реакцій і перетворенням в структурі молекул води. У кавітаційному полі в рідинних на основі води утворюються радикали Н[•] і [•]ОН¹ та первинні продукти розкладу води, такі як пероксид водню, які володіють високою активністю до хімічних окиснювальних реакцій. І хоч час існування цих окремо взятих радикалів обчислюються мілісекундами, велика кількість і безперервне утворення нових (замість тих, які вступили в хімічні реакції) сприяє інтенсивному розвитку хімічних окиснювальних реакцій із забрудненнями рідини, наприклад органікою. При цьому енергією мікрохвиль, що утворюються при сплескуванні кавітаційних бульбашок, руйнуються оболонки мікроорганізмів, бактерій та дріжджів, що містяться в рідині. Цим забезпечується знезараження рідинного середовища від біологічних забруднень. Органічний внутрішній вміст зруйнованих бактерій і мікроорганізмів під впливом радикалів [•]ОН¹ перетворюється частково в Н₂О і СО₂, частково осідає в накопичувачах обробленої рідини [8].

Таким чином, існуючим технологіям водоочищення та водопідготовки властива наступна ситуація: реагентні методи, хай через незначну, та все ж існуючу, небезпеку для здоров'я користувачів не рекомендуються для застосування, фізичні та фізико-хімічні – надмірно енергозатратні і відповідно вартісні. Тому актуальними залишаються дослідження, спрямовані на створення новітніх високопродуктивних та енергоощадних методів водоочищення, спроможних поєднати високі ступені очищення води із порівняно незначними затратами на їх здійснення. Не менш важливою є і розробка відсутньої на сьогоднішній день методики порівняльної оцінки економічної доцільності запровадження тих чи інших методів водопідготовки та водоочищення. Використання цих методик дозволить обрати для конкретних водойм економічно виправдані методи водоочищення, що дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємств, зорієнтованих на надання водно-оздоровчих послуг.

Формулювання цілей статті

Метою даного дослідження є розробка інноваційної технології електролізно-кавітаційного водоочищення для басейнів та аквапарків та створення методики порівняльної оцінки ефективності сучасних водоочисних технологій.

Для досягнення мети були сформульовані наступні основні задачі:

- ✓ аналіз ефективності сучасних водоочисних технологій для водопідготовки басейнів та аквапарків;
- ✓ розробка принципової технологічної схеми електролізно-кавітаційного водоочищення для водойм громадського використання;
- ✓ оцінка ефективності запропонованої інноваційної водоочисної технології;
- ✓ виокремлення основних чинників та розробка математичної залежності для визначення показника ефективності водоочисних технологій;
- ✓ розробка методики порівняльного аналізу ефективності водоочисних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження

Вище було відзначено, що на сьогоднішній день найбільш ефективною для водопідготовки басейнів громадського користування є технологія очищення гіпохлоритом натрію, який виготовляють на місці шляхом електролізу кухонної солі. Однак широкому її використанню перешкоджає не тільки висока вартість електролізних апаратів, але й значні енерговитрати при їх експлуатації. Для прикладу, найбільш поширена для водоочищення модель електролізної установки «Сиваш» ЄДР -1000 споживає до 10 кВт електроенергії на годину. І це при необхідності використання як мінімум двох установок для якісної водопідготовки середнього за розмірами басейну водовмістимістю 3,5-5,0 тисяч кубічних метрів води. Така висока енергозатратність негативно позначається на вартості послуг для споживачів водних процедур. Нами експериментально випробувана вдосконалена технологічна схема водопідготовки басейну, що поєднує стадію електролізу розчину кухонної солі для отримання гіпохлориту натрію та віброкавітаційну стадію очищення води.

Технологічна схема електролізно-кавітаційного очищення та знезаражування води басейнів та закритих водойм громадського користування зображена на рис. 1. Ця схема водоочищення передбачає циркуляційний контур замкнутого циклу, в який включені блок фільтрації води із фільтрами грубого та тонкого очищення, апарати електролізного приготування реагенту для очищення води типу «Сиваш» ЄДР-1000, блок кавітаційного очищення води із декількома електромагнітними віброкавітаторами резонансної дії та системою подачі газу в робочі камери віброкавітаторів [9]. Залежно від обсягу підлягаючої щоденному очищенню води басейну, який рівний приблизно 15...20% загального його об'єму, блок кавітаційного очищення включає 2...4 віброрезонансних кавітатори. Продуктивність кожного із кавітаторів становить 3...3,5 м³/год при споживаній потужності 1...1,5 квт/год. Як супутній кавітаційній обробці води газ використовували азот із витратою подачі його в робочу камеру кавітатора, рівною 0,15 дм³ на кожен кубічний метр оброблюваної води.

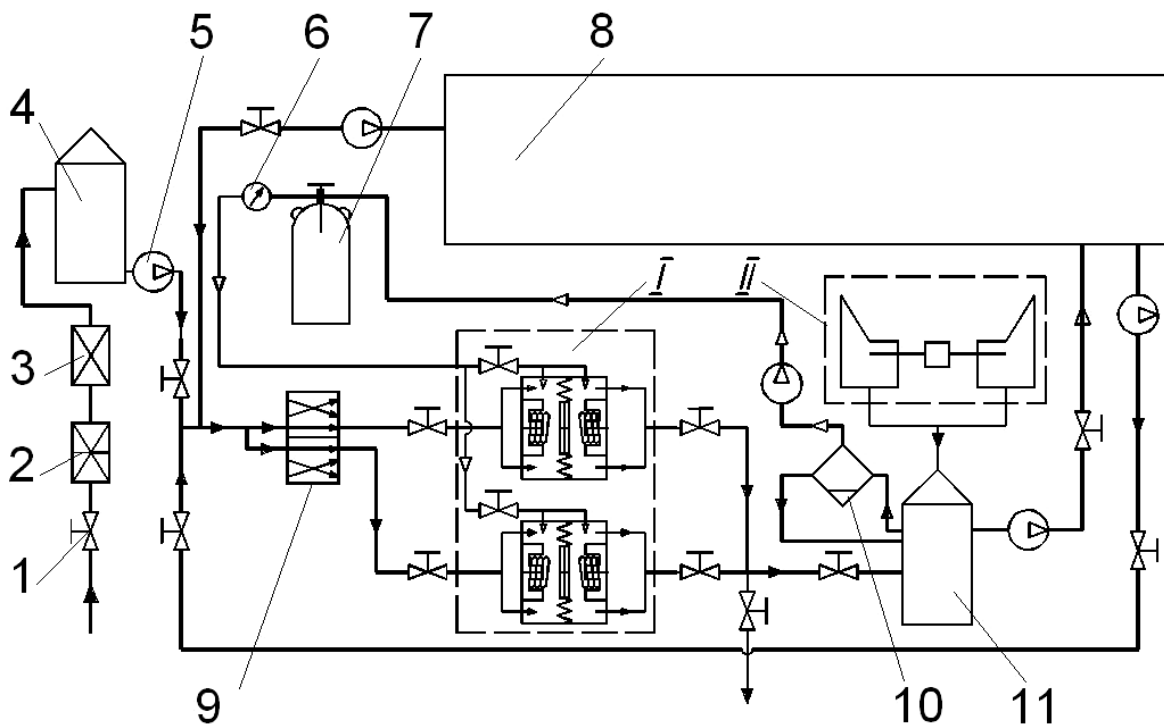


Рис. 1. Технологічна схема електролізно-кавітаційного водоочищення водойм загального користування: 1 – регулювальний вентиль, 2 – фільтр грубого очищення, 3 – фільтр тонкого очищення, 4 – бак накопичувач, 5 – насос, 6 – манометр, 7 – балон з газом, 8 – басейн, 9 – пневмозолотниковий перемикач потоків води, 10 – сепаратор, 11 – накопичувальна ємність змішування води із гіпохлоритом натрію, I – блок віброкавітаторів, II – блок електролізного приготування гіпохлориту натрію

У загальну систему водопідготовки включено три незалежних контури. Перший контур призначений для водопідготовки води, що надходить безпосередньо із міської водопровідної магістралі або резервних баків води для заповнення басейну. Пройшовши блок фільтрації, вода подається в робочі камери віброкавітаторів, де очищається від органічних та біологічних забруднень. Після віброкавітаторів очищена вода надходить в резервуар-накопичувач, де змішується із отриманим в електролізній установці гіпохлоритом натрію. Після відстоювання остаточно підготовлену воду подають для заповнення басейну. Другий циркуляційний контур призначений для циклічної знезаражувальної обробки забрудненої води басейну. Забруднена вода, що надходить через систему переливів басейну, надходить на позицію

віброкавітаційного очищення, потім змішується в резервуарі-накопичувачі із розчином гіпохлориту натрію, заповнює резервуар для води і насосами очищена повторно подається в басейн. Очищення цієї циркуляційної води здійснюють періодично, приблизно 3-4 рази на добу, залежно від ступеня забруднення води і режиму роботи басейну.

Третій контур запропонованої системи водоочищення призначений для очищення забрудненої води басейну перед її скиданням в каналізаційну систему. У цьому контурі вода після фільтрації та знезараження в віброкавітаторах скидається в зливову або каналізаційну міську систему.

Очисне обладнання типової електролізної водоочистки в добу споживає близько 100 кВт електроенергії, запропонованої електролізно-кавітаційної 65-70 кВт. За місяць експлуатації при 25 робочих днях ця різниця в спожитій електроенергії складе в середньому 850 кВт, за рік близько 10 тисяч кіловат. Зменшення вдвічі з 10 до 5 годин на добу часу експлуатації електролізних апаратів в запропонованому технологічному процесі електролізно-кавітаційного водоочищення, а відповідно і зниження енерговитрат на їх експлуатацію, має просте пояснення. Адже після попереднього електролізного кавітаційного водоочищення вода басейну вже очищена до 75-77% від органічних речовин і до 80-82% від біологічних забруднювачів. Відповідно, на її завершальну доочистку потрібно меншу кількість дезінфектанту, а відповідно, і менший час експлуатації електролізних апаратів. Так, під час простою електролізних апаратів 5 годин працюють віброкавітатори. Але їх сумарне споживання електроенергії складає всього лише 3 кВт/год проти 10 кВт/год, споживаних одним електролізним апаратом.

Для порівняльної оцінки ефективності різноманітних методів водопідготовки запропоновано наступні показники:

- витрати на очищення одиниці об'єму води - V , грн./ дм^3 ;
- витрати на утилізацію супутніх очищенню одиниці об'єму води продуктів та осадів - Z_y , грн./ дм^3 ;
- досяжна для конкретного методу ступінь очищення води k , яку оцінюють у відсотках або частках від одиниці. Згідно літературним даним, забезпечувані сучасними очисними технологіями ступені очищення води знаходяться в межах $k = 0,55 - 0,995$ або $(55 - 99,5) \%$;
- ступінь небезпеки очисних реагентів для здоров'я користувачів басейнів та водних процедур - $k_n = 1 \div 5$;
- тривалість збереження у часі водою набутих очищенням властивостей - $T = (1 - 7)$ діб.

Ступінь k очищення води, витрати на очисні операції (V , грн./ дм^3) та утилізацію супутніх очищенню продуктів і осадів (Z_y , грн./ дм^3) є загальноприйнятими показниками і не потребують роз'яснень. Стосовно тривалості збереження у часі водою набутих очищенням властивостей T , год. відзначимо, що чим вищим є для аналізованого методу водопідготовки даний показник, тим меншу кількість повторних очисних циклів та водозамін необхідно здійснювати для забезпечення обумовлених санітарно-гігієнічних норм. Тим ефективнішим постає даний метод. Враховуючи, що залежно від ступеня забруднення води її заміну здійснюють із періодичністю $T = (1 - 7)$ діб $= (24 - 168)$ год., саме ці межі рекомендовано для порівняльної оцінки ефективності різноманітних методів водопідготовки.

Для оцінки ступеня небезпеки очисних реагентів для здоров'я користувачів басейнів та водних процедур пропонується п'ятибальна шкала, у якій по мірі наростання показника наростає і небезпека. Максимальний п'ятибальний показник небезпеки для здоров'я користувачів тут умовно присвоєно методу очищення води хлоруванням, який провокує подразнення слизових оболонок та мікротравм шкіри користувачів, мінімальний один бал – очищенню води сріблом, яке спроможне практично перетворити воду басейна у питну.

Ефективність різноманітних методів водопідготовки та водоочищення можна оцінити за допомогою запропонованого нами показника «критерій ефективності», який визначають за допомогою формули

$$K_{\text{эф}} = \frac{k \cdot T}{k_n (V + Z_y)} \cdot 100\% \quad (1)$$

Зрозуміло, що чим вищим є показник $K_{\text{эф}}$ ефективності для певного різновиду водоочисного методу, тим меншими є витрати на його використання. Хоч і тут, звичайно, є свої обмеження та передумови. Перш за все, мова йде про цільове використання аналізованого басейну. Так, наприклад, коли вода басейну використовуватиметься для вирощування малька та молодняка риби найефективнішими себе зарекомендували методи очищення води гашеним вапном, яке не тільки очищає воду від мікроорганізмів, а і сповільнює ріст шкідливих аеробних (кисне поглинаючих) водоростей. Для збереження води технічних водойм у переважаючій більшості достатньо звичного її хлорування, для очищення води спортивних арен достатньо ефективним є використання пероксиду водню, для басейнів широкого громадського використання – із міркувань санітарії бажані такі фізичні методи водоочищення, як електролізне, кавітаційне чи комбіноване електролізно-кавітаційне. Уособлено із позицій підвищених санітарно-гігієнічних норм повинні розглядатись дитячі басейни, де навіть неадекватне озонування доречно супроводжувати частими водозамінами. Адже здоров'я дітей – понад усе!

Іншими не менш вагомими для порівняння чинниками є витрати на налагодження того чи іншого водоочисного процесу. У основному тут йдеться про фінансову спроможність власників водойм на закупівлю доволі вартісного необхідного для водопідготовки обладнання, на не менш витратну його експлуатацію. У запропонованому нами показнику K_{ef} витрати на придбання водоочисного устаткування, на вишкіл та заробітну плату обслуговуючого його персоналу тощо враховуються витратами на очищення одиниці об'єму води V , грн.

Звичайно, для великих вмістимих басейнів та аквапарків із давніми усталеними традиціями та контингентом користувачів екологічно спрямовані заходи на запровадження новітніх фізичних чи фізико-хімічних водоочисних технологій доволі швидко окупляться. А от для басейнів із незначною кількістю відвідувачів чи на етапах започаткування надання послуг у водооздоровчій сфері тут завуальовані певні небезпеки. Аби запобігти банкрутству слід дуже зважено і вдумливо підходити до вибору фінансово виправданих для них водоочисних технологій. Адже тут ситуація, яка моделюється, за народним висловом, як «дві сторони однієї медалі». Із одного боку, чим вища якість води, тим для більшої кількості відвідувачів бажаним є використання саме цього басейну. Однак, висока якість води пов'язана із вартісними технологіями та втілюючим їх обладнанням, що неодмінно підвищить вартість наданих послуг. Вища вартість послуг може виявитись недоступною для частини відвідувачів і це може призвести до зменшення їх загальної кількості. А це вже небезпека втрати рентабельності!

Тому для оцінки доцільності запровадження нових водоочисних технологій і пропонується методика визначення ефективності їх водопідготовки. Розраховану по формулі (1) ефективність водоочисних технологій приведено в таблиці. У даній таблиці проілюстровано показники лише найрозповсюдженіших водоочисних технологій. Зрозуміло, що дана методика порівняльного аналізу придатна і для будь-яких інших процесів водоочищення.

За змінами числових значень показника K_{ef} ефективності водоочисних технологій простежуються певні закономірності. Зайвий раз проілюстровано, що осібні взяті реагентні методи очищення води менш ефективні, порівняно із фізичними чи фізико-хімічними. Відчутні переваги поміж фізичними методами кавітаційної обробки пояснюються незначними питомими (на одиницю об'єму очищеної води) затратами на її здійснення, високим ступенем очищення води у поєднанні із довготривалістю збереження набутих нею властивостей.

Здавалось би незаслужено низький рівень показника K_{ef} для вискоефективного із позицій ступеня очищення озонування теж має своє тлумачення. Причинами цьому є доволі відчутна вартість отримання озону в поєднанні із незначною тривалістю збереження озонуюваною водою набутих властивостей. Надлишковий газоподібний озон швидко випаровує із води в атмосферу, а збагачена киснем після взаємодії з озоном вода постає доволі поживним середовищем для шкідливих киснепоглинаючих бактерій. Це провокує активне розмноження цих мікроорганізмів, а відповідно і біологічне забруднення води. Тому і тривалість між циклами озонування не може бути значною, а відповідно наростають витрати на спожиту пристроями для утворення озону електроенергію. Однак, як відображено вище, коли мова заходить про здоров'я дітей і економічні витрати відходять на другий план – озонування поза конкуренцією.

Таблиця 1

Порівняльна оцінка ефективності водоочисних технологій

№ з/п	Технології водопідготовки та водоочищення	Витрати на очищення одиниці об'єму води V , грн/дм ³	Витрати на утилізацію одиниці об'єму води Z , грн/дм ³	Тривалість зберігання очищеної води – T , дб	Ступінь очищення води k , %	Коефіцієнт небезпеки для здоров'я користувачів, k_n	Показник ефективності очищення води – K_{ef} , %
ФІЗИКО-ХІМІЧНІ методи							
1	Озонування	10	–	4	0,99	1,1	36
РЕАГЕНТНІ (хімічні) методи							
1	Хлорування	5	1	4	0,85	5	11,3
2	Пероксид водню	7	0,5	4	0,9	2	24
ФІЗИЧНІ							
1	Електролізне очищення	15	–	6	0,95	1,5	25,3
2	Електролізно-кавітаційне	8	–	7	0,95	1,5	55,5

Децю схожа ситуація і із методом очищення води перемінним магнітним полем високої напруженості. Короткотривалий ефект надзвичайно високий, та тривалість збереження властивостей обліковується лише годинами. Мабуть саме тому метод магнітної обробки та реструктуризації води використовується переважно лише для лікувальних цілей.

Таким чином, можна стверджувати, що запропонована методика порівняльної оцінки технологій водопідготовки для водойм широкого громадського використання, яка ґрунтується на визначеному за допомогою математичної залежності показнику K_{ef} ефективності, доволі об'єктивно відображає переваги та недоліки тих чи інших методів водоочищення. Її застосування дозволить віддати перевагу тому чи

іншому водоочисному процесу не лише на основі, здавалось би, найвагомішого показника забезпечуваного ступеня очищення води, а і з врахування економічних показників його використання. Окрім того, дана методика може і слугувати відправною точкою при підрахунку вартості гідрооздоровчих послуг для користувачів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Аналіз водоочисних технологій басейнів, аквапарків та водойм громадського використання відображає, що найперспективнішими із позицій забезпечення високих рівнів очищення від органічних домішок та біологічних забруднювачів є фізичні та фізико-хімічні методи водопідготовки.

Запропонована інноваційна електролізно-кавітаційна водоочисна технологія, забезпечуючи співрозмірні електролізному водоочищенню показники якості очищення від органічних домішок 97,5-98% та ступінь біологічного знезараження 98-98,5%, на 30-35% понижує енергозатрати на водоочисну операцію.

До основних чинників, що регламентують ефективність різноманітних методів водопідготовки відносяться питомі витрати на очищення умовної одиниці об'єму води, витрати на утилізацію супутніх очищенню продуктів та осаду та ступені очищення, знезараження і безпеки для здоров'я користувачів. Взаємовплив та співвідношення основних чинників водоочисних процесів відображає запропонований «критерій ефективності», для визначення якого розроблено математичну залежність.

Перевірку створеної методики розрахунку ефективності водоочисних технологій здійснено на типових представниках реагентних, фізичних та фізико-хімічних методів водоочищення. Встановлено, що найбільші значення критерію ефективності $K_{\text{ef}} \approx 55,5$ притаманні новоствореній електролізно-кавітаційній водоочисній технології, яка належить до групи фізичних методів, найнижчі значення $K_{\text{ef}} = 11,3$ властиве хлоруванню, яке є представником хімічних методів водоочищення.

Література

1. Менеджмент та маркетинг інновацій : [монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
2. Malovanyu M. Reduction of the environmental threaf from uncontrolled development of cyanobacteria in waters of Dnipro reservoirs / Myroslav Malovanyu, Volodymyr Nykyforov, Olena Kharlamova, Olexander Synelnikov, Khrystyna Dereyko // *Environmental Problems*. – 2016. – № 1. – P. 61–64.
3. Шевчук Л.І. Кавітація. Фізичні, хімічні, біологічні та технологічні аспекти : монографія / Л.І. Шевчук, В.Л. Старчевський. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 376 с.
4. Шевчук Л.І. Низькочастотні віброрезонансні кавітатори : монографія / Л.І. Шевчук, І.С. Афтаназів, О.І. Строган, В.Л. Старчевський. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 176 с.
5. Koval I. The effect of dioxide on the viability of bacteria of Bacillus and Diplococcus genera / I. Koval, V. Kislenco, V. Starchevskyy, L. Shevchuk // *Journal of Water Chemistry and Technology*. – 2012. – Vol. 34. – No 4. – P. 112-116.
6. Shevchuk L. Vibrocavitation decontamination of brewing yeast containing wastewater / L. Shevchuk, I. Aftanaziv, T. Falyk // *CHEMISTRY & CHEMICAL TECHNOLOGY*. – 2017. – Vol. 11. No 4. – P. 475–479.
7. Vitenko T.N. A Mechanism of the Activating Effect of Hydrodynamic Cavitation on Water / T.N. Viten'ko and Ya. M. Gumnitskii // *Journal of water chemistry and technology*. – 2007. – V. 29, Issue 5. – S. 231-237.
8. Koval I. Kinetic regularities of the processes of accumulation and destruction of microorganisms in water at bubbling of the different gases / I. Koval, V. Kislenco, L. Shevchuk, V. Starchevskyy // *Chemistry and Chemical Technology*. – 2011. – Vol. 5. – No. 4. – P. 463–467.
9. Вібраційний електромагнітний кавітатор : пат. 107769 України / В.Л. Старчевський, Л.І. Шевчук, І.С. Афтаназів, О.І. Строган. – № 2014 00823 ; заявл. 29.01.2014 ; опубл. 10.07.2014, Бюл. № 13.

References

1. Menedzhment ta marketynh innovatsii : [monohrafiia / za zah. red. d.e.n., prof. S.M. Illiashenka]. – Sumy : VTD «Universytetska knyha», 2004. – 616 s.
2. Malovanyu M. Reduction of the environmental threaf from uncontrolled development of cyanobacteria in waters of Dnipro reservoirs / Myroslav Malovanyu, Volodymyr Nykyforov, Olena Kharlamova, Olexander Synelnikov, Khrystyna Dereyko // *Environmental Problems*. – 2016. – № 1. – R. 61–64.
3. Shevchuk L.I. Kavitatsiia. Fizychni, khimichni, biolohichni ta tekhnolohichni aspekty : monohrafiia / L.I. Shevchuk, V.L. Starchevskyy. – Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniky, 2014. – 376 s.
4. Shevchuk L.I. Nyzkochastotni vibrozozonansni kavitory : monohrafiia / L.I. Shevchuk, I.S. Aftanaziv, O.I. Strohan, V.L. Starchevskyy. – Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniky, 2013. – 176 s.
5. Koval I. The effect of dioxide on the viability of bacteria of Bacillus and Diplococcus genera / I. Koval, V. Kislenco, V. Starchevskyy, L. Shevchuk // *Journal of Water Chemistry and Technology*. – 2012. – Vol. 34. – No 4. – P. 112-116.
6. Shevchuk L. Vibrocavitation decontamination of brewing yeast containing wastewater / L. Shevchuk, I. Aftanaziv, T. Falyk // *CHEMISTRY & CHEMICAL TECHNOLOGY*. – 2017. – Vol. 11. No 4. – P. 475–479.
7. Vitenko T.N. A Mechanism of the Activating Effect of Hydrodynamic Cavitation on Water / T.N. Vitenko and Ya. M. Gumnitskii // *Journal of water chemistry and technology*. – 2007. – V. 29, Issue 5. – S. 231-237.
8. Koval I. Kinetic regularities of the processes of accumulation and destruction of microorganisms in water at bubbling of the different gases / I. Koval, V. Kislenco, L. Shevchuk, V. Starchevskyy // *Chemistry and Chemical Technology*. – 2011. – Vol. 5. – No. 4. – P. 463–467.
9. Vibratsiinyi elektromagnitnyi kavitor : pat. 107769 Ukrainy / V.L. Starchevskyy, L.I. Shevchuk, I.S. Aftanaziv, O.I. Strohan. – № 2014 00823 ; zaiavl. 29.01.2014 ; opubl. 10.07.2014, Biul. № 13.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-49>

УДК 339.1:338.43:338.51

Мирослава МОКЛЯК

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

<https://orcid.org/0000-0003-1209-4932>

e-mail: Nesamaya@ukr.net

Віталій КУСТОВ

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9795-2985>

e-mail: vkustov@ukr.net

БІРЖОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ БІРЖОВИХ ТОВАРІВ

У статті досліджено економічну природу поняття «біржовий маркетинг» та рівні його управління біржовою діяльністю. Проаналізовано особливості біржового маркетингу, що обумовлені специфікою біржових послуг. Доведено, що біржовий маркетинг виступає чинником розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів. Вивчено зарубіжний досвід використання біржового маркетингу як методу. Сформульовано визначення дефініції «інформаційне забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів». Сформована концептуальна модель збалансованого розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів. Запропоновано для задоволення інтересів трейдерів застосовувати такий інструмент, як контроль Fillratio. Визначено, що однією з цілей біржі є надання рівних умов торгівлі всім учасникам ринку. Обґрунтовано, що серед інвестиційно-спекулятивних операцій великий обсяг обороту посідають алгоритмічні (автоматизовані) торгові системи, так звані, торгові роботи двох типів: арбітражні та інші.

Ключові слова: біржовий маркетинг, біржові товари, біржова послуга, інформаційне забезпечення, маркет мейкер, управління, ціни.

Myroslava MOKLYAK

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

Vitaliy KUSTOV

State Biotechnological University

STOCK EXCHANGE MARKETING AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INFORMATION PROVISION OF PRICE FORMATION MANAGEMENT IN GOODS EXCHANGING

It was researched the economic nature of the concept of "exchange marketing" and the levels of its management of exchange activities in this article. We analyzed the specifics of the exchange marketing, that conditioned due to exchange services. It was proved that exchange marketing is a factor in the development of information management of pricing in goods exchanging. The foreign experience of using exchange marketing as a method of management of exchange activity and as a method of research the market of exchange services was studied. The definition of «information support for the management of exchange pricing of commodities» was formulated. The conceptual model of balanced development of information support of pricing management in goods exchange includes: first of all it includes the conceptual basis that consist: 1) methodology: methods (costly, marketing and parametrical) and approaches (organizational, local, system (complex), functional, marketing, processing and resulting); 2) principles: systematization, standardization, compatibility, data security, efficiency, reliability, adaptability, productivity, development, transparency and high standards of information disclosure; secondly, it includes tactical landmarks: 1) exchange system consolidation; 2) electronic securities and derivatives circulation streamlining; 3) the level of financial literacy awareness raising. It was proposed to use such a tool as Fillratio control to satisfy traders interests. It was turned out that the exchange gives the market makers a competitive advantage over traders by providing the last look system. It was determined that one of the goals of the exchange is to provide equal conditions for all market participants. It has been established if market makers given an opportunity to cancel any trader's transaction, so they (market makers) will do that with the least market volatility and the least movement of the market price in a disadvantageous way for the market maker. It was substantiated that a large amount of turnover is occupied by algorithmic (automated) trading systems, the so-called trading robots of two types: arbitration and others among the investment-speculative operations.

Key words: exchange marketing, exchange goods, exchange service, information support, market maker, management, prices.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Свроінтеграційні прагнення України сприяють розвитку різних форм організованої торгівлі, в тому числі й біржової. Сам розвиток біржової торгівлі позитивно впливає на економічний розвиток національної економіки, формує передумови для її інтеграції на світові ринки. В Україні керівники бірж зацікавлені у нарощуванні обсягів біржової діяльності за рахунок розширення сфери збуту своїх послуг, підвищенні рівня оптимального функціонування бірж і збільшенні частки ринку за допомогою ефективного інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів. Чинником розвитку інформаційного

забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів є біржовий маркетинг, який варто застосовувати для пошуку і використання біржами найбільш вигідних ринків біржових товарів із урахуванням реальних потреб споживачів, що.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженнями проблем функціонування і становлення біржової торгівлі займаються такі вчені, як Булуй О.Г. [2], Крижній В.Б. [5], Кухарець В.В. [2], Левківська Л.М. [2], Резнік Н.П. [3; 4], Слободяник А.М. [5], Солодкий М.О. [3; 6; 7], Яворська В.О. [3; 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на суттєві напрацювання в означеному напрямі, вимагають поглибленого наукового дослідження нові підходи до біржового маркетингу як чинника розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів.

Формулювання цілей статті

Метою статті є обґрунтування науково-практичних засад біржового маркетингу як чинника розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів.

Виклад основного матеріалу.

Досвід закордонних бірж свідчить про те, що процес біржового маркетингу включає цілу низку дій, що зводяться до двох основних функцій: 1) формування попиту на біржові послуги; 2) задоволення біржових інтересів споживачів. У рамках сучасного біржового маркетингу змінюються відносини між біржами і споживачами. На часі біржі змушені постійно розробляти нові види біржових продуктів, що адресовані конкретним групам споживачів – великим підприємствам, дрібним фірмам, окремим категоріям фізичних осіб і т.п. Одна з цілей біржового маркетингу вважається постійне залучення нових споживачів.

Особливості біржового маркетингу обумовлені специфікою біржових послуг. В економічній фаховій літературі поняття “біржова послуга” означає будь-яку послугу чи/або операцію, виконану біржею [3]. У свою чергу, без сумніву, будь-яка біржа намагається пропонувати максимальний набір біржових послуг. Науковці поняття «біржовий маркетинг» розглядають як:

- стратегію і філософію біржі, що вимагає ретельної підготовки, глибокого і всебічного аналізу, активної роботи всіх її підрозділів. В основі концептуального плану ділової стратегії біржі лежить біржовий інтерес [1];
- організацію діяльності біржі, що припускає переорієнтацію зі свого продукту на потреби споживачів. У такому випадку варто більш детально вивчати, як потреби споживачів біржових послуг, так і, зокрема, ринок [2];
- управління всією діяльністю біржі, що спрямована на надання таких посередницьких операцій і в таких кількостях у відповідності до рівня потенційного попиту. При цьому попит створюється зусиллями самої біржі і задовольняється нею [4];
- поєднання планування стратегії і тактика маркетингу, які зорієнтовані: 1) на збільшення частки біржового ринку; 2) на здійснення постійного контролю за формуванням попиту, щоб у потрібний момент перебудувати стратегічні програми і тактику конкурентної боротьби у відповідному напрямку.

Біржовий маркетинг включає низку функцій біржі, а саме:

- планування;
- ціноутворення;
- рекламування;
- організацію мережі просування на основі реального;
- рівень потенційного попиту на посередницькі операції.

В західній практиці цікавою є модель «4Р» біржового маркетингу, так званий 4 мікс, що складається з чотирьох рівнів керування:

- перший рівень – це споживачі (збільшення їх кількості є метою біржового маркетингу. Адже, будь-яка біржа в умовах ринку існує тільки тоді, коли є попит на посередницькі операції, що вона пропонує);
- другий рівень – це, безпосередньо, біржові послуги (перелік видів договорів обслуговування, доручення, рівень комісії за яку працює брокер);
- третій рівень – ціна біржового обслуговування (визначення відсотка з кожного виду біржових угод і тарифу – при укладанні конкретного виду договору на брокерське обслуговування. Порівнюється з величиною біржового ризику, витратами брокера на ведення справи й інших факторів);
- четвертий рівень – ринок (фізична і юридична можливість придбання біржової послуги і здійснення посередницьких операцій конкретним клієнтом; обумовлена наявністю розвинутої інфраструктури біржового сервісу, інформаційним обслуговуванням, гнучкістю ділової стратегії брокера й іншими факторами) [6; 7].

Біржовий маркетинг передбачає рівні управління біржовою діяльністю:

- застосування маркетингових заходів для збільшення кількості споживачів;
- формування переліку біржових послуг, який максимально відповідатиме поточним і потенційним потребам споживачів, емітентів, клієнтів;
- розробка прозорого механізму формування ціни біржового обслуговування на всі види біржових послуг відповідно до рівня ризику і витрат;
- впровадження заходів розвитку біржової інфраструктури та інформаційного обслуговування.

В інформаційному суспільстві вагомого значення набуває розвиток інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів.

Поряд із регулюючими заходами біржової діяльності, які здійснює держава залишаються актуальними дії зі збору даних, їх систематизація та обробка інформації, необхідної для встановлення оптимальної ціни на біржові товари.

Науковці переконані, що на ринках сільськогосподарської продукції виникає особлива потреба в інформаційному забезпеченні. Зниження ефективності ринкових угод унеможливує відтворення аграрного виробництва [5; 7].

Нами сформульовано визначення дефініції «інформаційне забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів», яке пропонується розглядати, як:

- по-перше, сукупність дій зі збору даних, їх систематизації та обробки інформації, необхідної для встановлення оптимальної ціни на біржові товари;
- по-друге, зберігання, накопичення, пошук і передача достовірної інформації про ціни біржових товарів в зазначене місце та із визначеною періодичністю за допомогою технічних і програмних засобів у межах компетенції зацікавленим особам.

Збалансований розвиток інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів вимагає чіткого окреслення його основних тактичних орієнтирів, а саме:

- консолідацію біржової системи;
- упорядкування обігу електронних цінних паперів і деривативів;
- підвищення рівня фінансової грамотності та обізнаності.

Концептуальна модель збалансованого розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів наведена на рис. 1.

Отже, на рис. 1 наведено концептуальну основу, яка включає:

- методологію (методи і підходи);
- принципи (системності, стандартизації, сумісності, безпеки даних, ефективності, надійності, пристосування, продуктивності, розвитку, прозорості та високих стандартів розкриття інформації).

Існує певна класифікація методів ціноутворення, а саме:

- затратні методи, до яких відносяться методи: повних витрат, мінімальних витрат, додавання до ціни, аналізу безбитковості, рентабельності інвестицій;
- ринкові методи, які реалізуються через методи: з орієнтацією на покупців, попит і конкурентів (слідкування за ринковими цінами або за лідером, змагання), базову цінність товару (розрахунок економічної цінності товару, оцінка максимально прийнятної ціни);
- параметричні методи включають такі методи: параметричний, питомих показників, регресійного аналізу, агрегатний,

Для збалансованого розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів варто виділити наступні підходи (рис. 1):

- організаційний підхід включає організацію самого процесу інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів;
- локальний підхід враховує групування відповідних задач і використання комплексу технічно-обчислювальних засобів;
- системний (комплексний) підхід базується: по-перше, на комплексному вивченні економічного об'єкта як одного цілого з представленням його частин в якості цілеспрямованих систем; по-друге, вивченні цих систем і взаємовідносин між ними; по-третє, одночасному охопленні проектування великої кількості задач; по-четверте, типізації і стандартизації рішень, можливого збільшенні функціональних задач. Такий підхід має кінцеву мету, модульну побудову, певну ієрархію, функціональність і децентралізацію, а також охоплює принципи: єдності, зв'язності, розвитку;
- функціональний підхід передбачає виконання функцій менеджменту: планування, організацію, мотивацію і контроль;
- маркетинговий підхід включає маркетинг мікс (модель 7P): (1) біржові товари; (2) ціну; (3) місце (розподіл) (канали збуту, транспортування тощо); (4) комунікації; (5) людей; (6) політичну силу як процес (підтримка зі сторони держави); (7) фізичний доказ (зворотній зв'язок);
- процесний підхід включає збутові процеси, логістику, зворотній зв'язок тощо;
- результуючий підхід показує результат після обробки і передачі інформації.

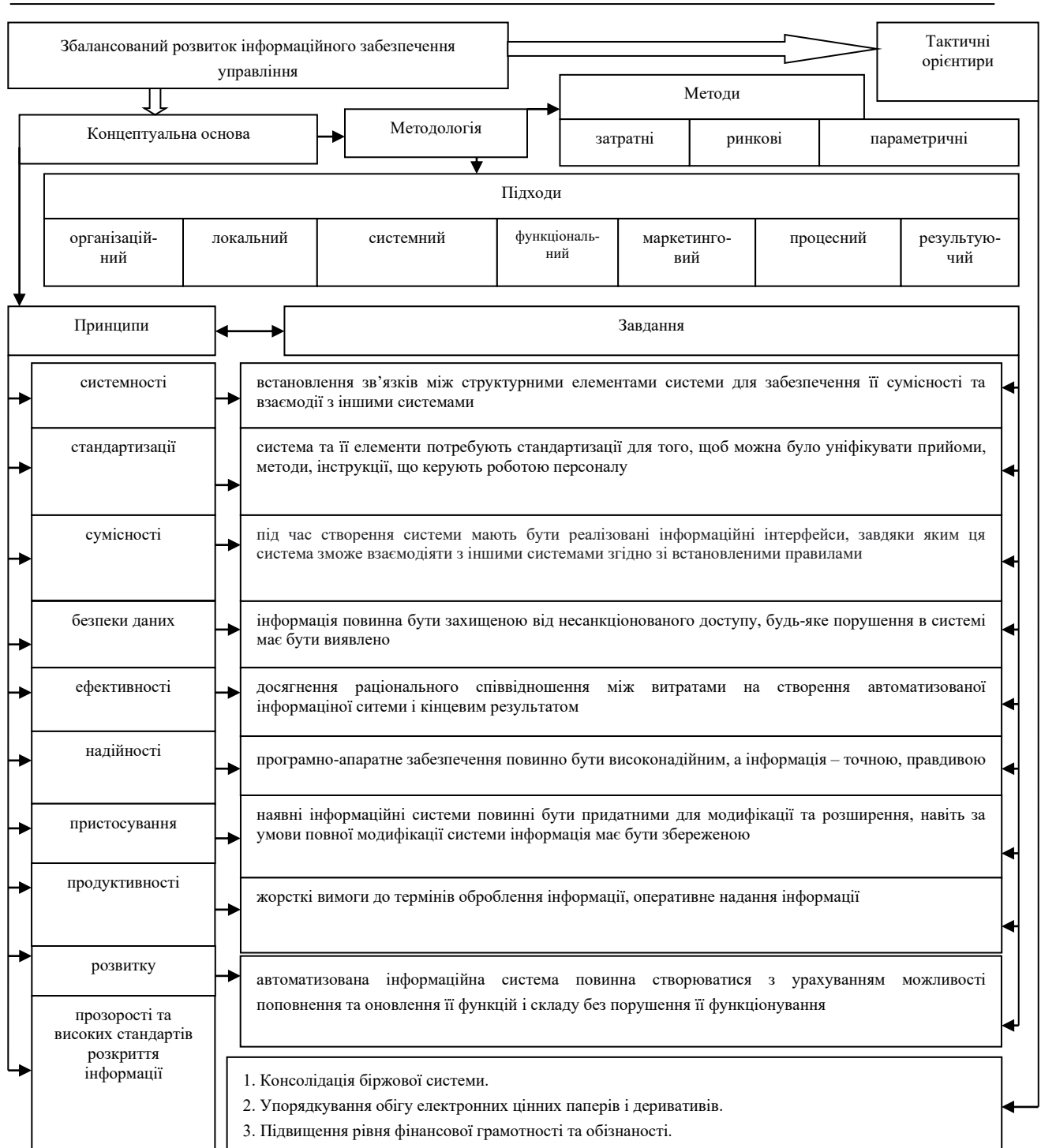


Рис. 1. Концептуальна модель збалансованого розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів

Отже, нами сформована концептуальна модель збалансованого розвитку інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів (рис. 1) враховує:

- по-перше, концептуальну основу, що включає:
 - 1) методологію: методи (затратні, ринкові, параметричні) і підходи (організаційний, локальний, системний (комплексний), функціональний, маркетинговий, процесний, результуючий);
 - 2) принципи: системності, стандартизації, сумісності, безпеки даних, ефективності, надійності, пристосовання, продуктивності, розвитку, прозорості та високих стандартів розкриття інформації;
- по-друге, тактичні орієнтири: 1) консолідацію біржової системи; 2) упорядкування обігу електронних цінних паперів і деривативів; 3) підвищення рівня фінансової грамотності та обізнаності.

Таким чином, збалансований розвиток інформаційного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів на практиці можна звести до аспектів, які допоможуть:

- підвищити рівень інформаційного забезпечення;

– забезпечити рівномірність використання інформаційного забезпечення (інформаційна симетрія).

Тобто ефективність інформаційно-аналітичного забезпечення управління ціноутворенням біржових товарів залежить від уміння зібрати, систематизувати і мобілізувати достовірну інформацію про ціни біржових товарів в зазначене місце та із визначеною періодичністю за допомогою технічних і програмних засобів у межах компетенцій зацікавленим особам.

У зв'язку зі зниженням торгових оборотів і скорочення учасників біржової діяльності зменшилося навантаження й біржової інфраструктури. Проте існують можливості, а саме застосування біржових технологій, які забезпечать подальший розвиток товарних бірж. Варто зазначити, що в Україні не існує біржового інструменту, який можна було б використовувати для ціноутворення на локальному ринку.

Досвід зовнішніх ринків розвинутих країн світу показує про наявність: по-перше, власних цінних індикаторів; по-друге, можливості використовувати глобальні інструменти, наприклад для аграріїв, щоб у майбутньому періоді забезпечити себе від несприятливих змін цін на сільськогосподарську продукцію.

Отже, для задоволення інтересів трейдерів варто застосовувати такий інструмент як контроль Fillratio.

Надаючи маркет мейкерам систему last look біржа наперед надає їм конкурентну перевагу над трейдерами. Однією з цілей біржі є надання рівних умов торгівлі всім учасникам ринку. Якщо надати маркет мейкерам можливість скасовувати будь-яку угоду трейдера, то вони (маркет мейкери) це робитимуть за найменшої ринкової волатильності і найменшого руху ринкової ціни в не вигідну для маркет мейкера сторону.

Проте, за таких умов може виникнути наступна суперечлива ситуація, наприклад, трейдер, який хоче здійснити угоду в момент волатильного ринку буде постійно отримувати відмови у виконанні, а ринок йде у бік прибутку для трейдера. Тому, виникає гостре питання – як регулювати використання маркет мейкерами системи last look, щоб задовольняти інтереси трейдерів? Для вирішення цього питання запропоновано використовувати показник «Fillratio» (коефіцієнт виконання).

Fillratio буде розраховуватися за такою формулою (1):

$$\text{Fillratio} = \frac{\text{кількість ордерів виконаних маркет мейкером}}{\text{кількість ордерів отриманих маркет мейкером на виконання}} \quad (1)$$

Тоді формула 1 буде мати наступний вигляд:

$$K_{\text{вик.}} (\text{Fillratio}) = Q_{\text{орд. вик. ММ}} \div Q_{\text{орд. отр. ММ на вик.}} \quad (2)$$

де $K_{\text{вик.}} (\text{Fillratio})$ – це коефіцієнт виконання;

$Q_{\text{орд. вик. ММ}}$ – кількість ордерів виконаних маркет мейкером;

$Q_{\text{орд. отр. ММ на вик.}}$ – кількість ордерів отриманих маркет мейкером на виконання.

Наприклад: маркет мейкер отримав 1000 ордерів на виконання, з яких виконав 950, то, $\text{Fillratio} = 950 \div 1000 = 95 \%$.

Біржа може виставити маркет мейкерам вимогу обов'язкового виконання угод на певному рівні Fillratio, але у разі не виконання цієї вимоги відключати маркет мейкерів від торгівлі. Між агресивними трейдерами і рештою учасників ринку варто розподілити цінні потоки.

На біржовому ринку існує величезна конкуренція. На багатьох біржових ринках за участю великої кількості торгових інструментів інвестиційно-спекулятивні операції перевищують обсяги торгового обороту хеджевих операцій.

Таким чином, серед інвестиційно-спекулятивних операцій великий обсяг обороту посідають алгоритмічні (автоматизовані) торгові системи тобто, так звані, торгові роботи. У свою чергу, торгових робіт можна поділити на два типи арбітражні та інші. Арбітражні роботи застосовують різні арбітражні техніки торгівлі, а саме: тимчасову, просторову, статистичну, синтетичну, інші типи [5; 8].

Варто зауважити, що з економічної точки зору такі поняття, як: «арбітраж» означає зарібок з різниці ціни і дозволяє отримати прибуток за рахунок неефективності ринку [5; 8].

У практичній діяльності арбітраж виконується за наявності однієї з трьох умов:

1) один і той же актив не торгується за однаковою ціною на всіх ринках («закон однієї ціни»);

2) два активи з однаковими грошовими потоками не торгуються за однаковою ціною;

3) торги активами за відомою майбутньою ціною сьогодні не відбуваються (знижка як безризикова процентна ставка (або актив має значні витрати на зберігання; тому така умова є справедливою для товарів, наприклад, зерна, але не для цінних паперів) [5; 8].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, в інструментах, в яких ведеться торгівля на біржі, періодично виникають цінові дисбаланси і ринкові неефективності, які носять тимчасовий характер, прибуток отримується, тоді, коли ці перекоси зникають (сходять нанівець). Отже, такий заробіток, який не використовує спрямованих позицій, внаслідок цього не має ринкового ризику, називається арбітражем. На відміну від спекулятивних угод, в арбітражних угодах трейдер є посередником на ринку. Арбітражні стратегії характеризуються своїм нейтральним напрямом руху на ринку. У такому випадку, не важливо, збільшиться ціна на актив або зменшиться, арбітражна угода в будь-якому разі принесе дохід, за умови, що дохід від арбітражу буде вищим за витрати на комісії. Тимчасовий арбітраж є торговою стратегією, яка використовується для короткострокових змін цін на різних торгових майданчиках.

Таким чином, біржа може варіювати Fillratio в діапазоні, який влаштовуватиме більшість трейдерів і маркет мейкерів і дозволить досягти балансу між якістю (з точки зору Fillratio) і кількістю (з точки зору обсягу котирувань) ліквідності, що поставляється на біржу.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямі стане діагностика тимчасового арбітражу як торгової стратегії, що використовується для короткострокових змін цін на різних конкретних торгових майданчиках України.

Література

1. Вавдійчук І. М. Сучасний стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/15-2017/36.pdf>.
2. Кухарець В.В., Булуй О.Г., Левківська Л.М. Тенденції розвитку біржового ринку в умовах глобалізації світової економіки. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/92.pdf.
3. Солодкий М.О., Резнік Н.П., Яворська В.О. Основи біржової діяльності : навчальний посібник ; за ред. М.О. Солодко. К. : ЦП Компрінт. 2017. 450 с.
4. Резнік Н. П. Особливості функціонування вітчизняного біржового товарного ринку у сучасних умовах. *Збірник наукових праць Міжрегіональної Академії Управління персоналом*. 2016. Вип. 50. С. 115–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2016_50_23.
5. Слободяник А.М., Крижній В.Б. Алгоритмічний трейдинг на біржовому ринку: сутність та класифікація. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 2. С. 96–99.
6. Солодкий М. О. Проблеми та напрями розвитку біржового товарного ринку в Україні *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5814>.
7. Солодкий М.О., Яворська В.О. Біржовий ринок в умовах глобалізації: стан та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 31. С. 188–193.
8. Agapova A. Conventional Mutual Index Funds Versus Exchange Traded Funds. *Journal of Financial Markets*. 2011. Vol. 14, No. 2. P. 323–343.

References

1. Vavdiichuk, I. M. (2017), "Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli v Ukraini", Elektronne naukove fakhove vydannia "Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky", № 15, available at: <http://globalnational.in.ua/archive/15-2017/36.pdf>. (Accessed 5 April 2022)
2. Kukharets, V. V., Buluy, O. G. and Levkivska L. M. (2021) "Some tendencies in stock market development under world economy globalization", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/92.pdf. (Accessed 5 April 2022)
3. Solodky, M. Reznik, N. and Yavors'ka V., (2017), Osnovy birzhovoyi diyal'nosti [Basics of exchange activity], TSP Komprunt, Kyiv, Ukraine.
4. Reznik, N. P., (2016), "Features of functioning of the domestic exchange commodity market in modern conditions", "Zbirnyk naukovykh prats' Mizhrehional'noyi Akademiyi Upravlinnya personalom", vol. 50, pp. 115–118, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2016_50_23 (Accessed 5 April 2022).
5. Slobodianyuk, A.M., Kryzhny V.B. (2017) "Algorithmic trading on the exchange market: essence and classification". Scientific Bulletin of Uzhhorod National University "Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu", vol. 16, part 2, p. 96.
6. Solodky, M. O., (2017), "Problems and ways of developments of the commodity exchange market in Ukraine", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5814> (Accessed 5 April 2022).
7. Solodky, M. O. and Yavors'ka, V. O. (2019), "The exchange market in globalization conditions: state and prospects of development", Infrastruktura rynku, vol. 31, pp. 188–193.
8. Agapova, A. (2011) Conventional Mutual Index Funds Versus Exchange Traded Funds. *Journal of Financial Markets*, vol. 14, No. 2, pp. 323–343.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-4>

УДК 336.7

Марія БАЛИЦЬКА

Київський національний університет імені Т. Шевченка

<https://orcid.org/0000-0002-7129-4232>

e-mail: m.balytskaku@gmail.com

Маргарита ПАРЖИЦЬКА

Київський національний університет імені Т. Шевченка

<https://orcid.org/0000-0002-4205-140X>

e-mail: margarita12333@gmail.com

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ БАНКАМИ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано сучасні моделі оцінки кредитоспроможності позичальника, а також їх характеристики та переваги та недоліки. Дослідження існуючих методик оцінювання кредитоспроможності позичальника-юридичної особи дозволило прийти до висновку, що для отримання точних і об'єктивних оцінок кредитоспроможності підприємства слід використовувати комплексні методики. При цьому, методичне забезпечення оцінки кредитоспроможності позичальника – юридичної особи, що використовується вітчизняними банківськими установами, потребує подальшого вдосконалення в частині розроблення інструментарію оцінки якісних характеристик кредитоспроможності підприємства. У зв'язку із цим у статті також розглянуто новітні підходи до методики оцінювання кредитоспроможності юридичних осіб, такі як кредитний рейтинг, інноваційний кредитний скоринг, в тому числі на основі застосування альтернативних даних, базуються на ефективному використанні сучасних цифрових технологій: BigData, штучний інтелект, машинне навчання.

Ключові слова: кредитоспроможність; методи оцінки кредитоспроможності; позичальник – юридична особа; показники фінансового стану.

Mariia BALYTSKA, Marharyta PARZHYTSKA

Taras Shevchenko National University of Kyiv

MODERN METHODS FOR EVALUATING THE CREDITWORTHINESS OF BANK'S BORROWERS-LEGAL ENTITIES OF UKRAINE

At the present stage of development of financial and economic relations, lending is one of the most popular sources of covering the lack of financial resources necessary, in particular, to start the activity of an economic entity, expand production, eliminate the liquidity gap, etc. At the same time, enterprises operate in a changing environment, under the influence of permanent, as well as unpredictable risks and threats. Thus, intending to get a loan from a bank, a legal entity cannot always guarantee their timely return in full. In a crisis, legal entities often have significant losses, and therefore take loans to pay current liabilities. When providing loans to economic entities, banking institutions must be sure of their return. For this purpose, the creditworthiness of the borrower-legal entity is assessed, which ensures minimization of the risk of non-repayment of the bank's loan funds.

The article discusses modern models for assessing the creditworthiness of a borrower, as well as their characteristics and advantages and disadvantages. Taking into account the theoretical and methodological aspects of assessing the creditworthiness of borrowers makes it possible to reasonably propose ways to improve them so that banks can further minimize credit risk in their activities, and the banking system remains financially stable. The study of existing methods for assessing the creditworthiness of a borrower-legal entity led to the conclusion that in order to obtain accurate and objective assessments of the creditworthiness of an enterprise, complex methods should be used. At the same time, the methodological support for assessing the creditworthiness of a borrower-legal entity, used by domestic banking institutions, requires further improvement in terms of developing tools for assessing the qualitative characteristics of an enterprise's creditworthiness. The article discusses the latest approaches to the methodology for assessing the creditworthiness of legal entities, such as credit rating, innovative credit scoring, including those based on the use of alternative data, based on the effective use of modern digital technologies: BigData, artificial intelligence, machine learning.

Keywords: creditworthiness; credit assessment methods; borrower-legal entity; indicators of financial condition.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Кредитний ризик є невід'ємною частиною банківської діяльності. Задля мінімізації даного виду ризику банки проводять оцінку кредитоспроможності своїх позичальників, проте зробити це якісно не так просто для позичальників-юридичних осіб. Здебільшого банки отримують сталу інформацію щодо платоспроможності клієнта, не враховуючи прогностичні значення. Такий підхід може призвести до суттєвого погіршення якості кредитного портфелю, що призводить до банкрутства банківської установи, а також дестабілізації банківської системи. Саме тому особливої актуальності за цих умов набуває дослідження методів оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб банками, їх особливостей та недоліків, які можна покращити.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед досліджень щодо питань пошуку оптимального способу аналізу кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб банків провідна роль належить працям таких вітчизняним вчених, як

В. Бова, В. Бордюг, Н. Виговська, В. Виговський, О. Кривоконь, К. Мельник, які зосередились на обґрунтуванні теоретичних основ оцінки кредитоспроможності. О. Остафіль та М. Рубаха присвятили свою працю оцінці кредитоспроможності в рамках інструменту управління кредитним ризиком банку. Свій внесок у розробку цього питання зробили такі закордонні економісти: Е. Морсман, Дж. Сінкі.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Попри велику кількість написаних наукових робіт та розробок, кредитні операції залишаються найбільш ризиковою складовою активів банків та банківської системи України, а питання оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб актуальні і сьогодні, тому існує необхідність подальшого дослідження в сучасних економічних умовах.

Формулювання цілей статті

Метою статті є узагальнення теоретичних основ та практичних методів оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб для управління кредитним ризиком банків в Україні.

Виклад основного матеріалу

Кредитна діяльність банку пов'язана з постійною оцінкою своїх потенційних позичальників для розуміння, чи є вони надійними та чи варто співпрацювати з ними. Сучасна практика оцінки кредитоспроможності позичальника юридичної-особи банками реалізується двома основними групами підходів: методики комплексного аналізу та класифікаційні методики (рис. 1).

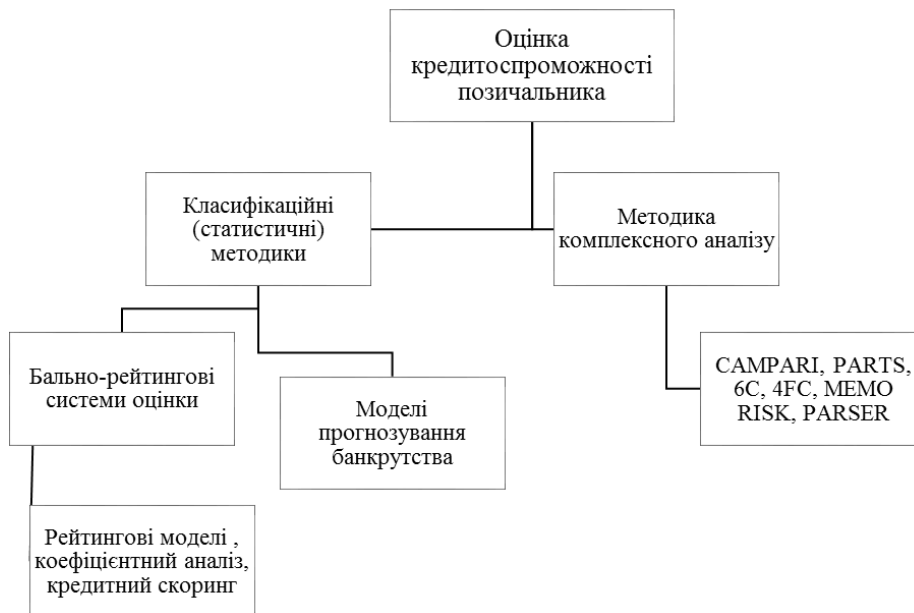


Рис. 1. Класифікація методів оцінки кредитоспроможності позичальника

Джерело: побудовано на основі [1, с. 113-114].

Інформаційні системи банків дозволяють керівництву здійснювати своєчасний та регулярний моніторинг кредитів, ризиків за кожним кредитом в такому порядку:

- 1) Перегляд фінансового стану позичальника;
- 2) Оцінка адекватності забезпечення кредиту.

Фінансовий стан позичальника регулярно аналізують, і за результатами такого аналізу може бути переглянутий внутрішній кредитний рейтинг позичальника. Цей аналіз ґрунтується на даних про надходження коштів на рахунок клієнта, останній фінансовій звітності та іншій комерційній інформації позичальника, яку він надає банку, або яку банк отримав іншим чином. Здійснюється розрахунок індикаторів раннього попередження, а саме: ознаки аномальної поведінки/діяльності клієнтів, які потенційно можуть призвести до погіршення профілю ризику клієнта. Також проводиться регулярний моніторинг поточної ринкової вартості застави з метою оцінки її достатності для забезпечення конкретного кредиту. Оцінку застави проводять незалежні компанії – суб'єкти оціночної діяльності, акредитовані в банку або кваліфіковані внутрішні оцінювачі. Крім того, вітчизняні банки ведуть облік кредитних історій клієнтів, що дозволяє контролювати рівень кредитного ризику на основі роботи переважно з позичальниками, які мають позитивну кредитну історію.

Як зазначалось вище, оцінка кредитоспроможності позичальника має на меті саме запобігання виникненню проблемної заборгованості. Аналіз наукової літератури та узагальнення досвіду вітчизняних

банків дозволили виявити особливості методики оцінювання кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб в умовах сучасних викликів [2].

Рівень кредитоспроможності позичальника-юридичної особи є динамічною інтегральною характеристикою її фінансового стану. Оцінювання рівня кредитоспроможності потенційного позичальника передбачає:

аналіз можливості надання кредиту на основі розрахунку інтегрального показника фінансового стану та визначення класу позичальника-юридичної особи;

аналіз можливості повернення наданого кредиту та дотримання кредитної дисципліни (рис. 2).

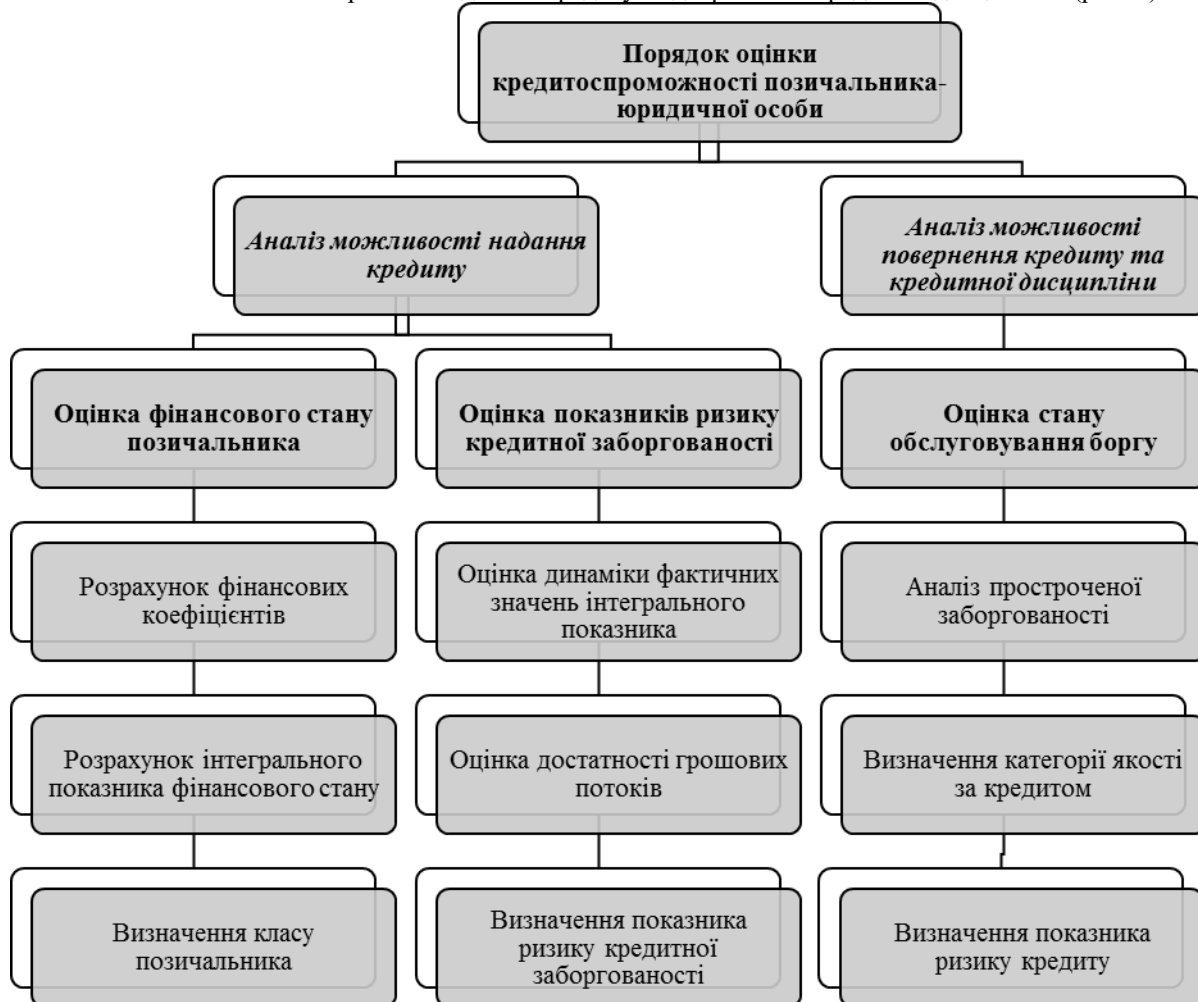


Рис. 2. Порядок оцінювання рівня кредитоспроможності позичальника-юридичної особи

Джерело: побудовано за даними [3].

Аналіз практичної реалізації оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб вітчизняними банками АТ «УкрСиббанк», ПАТ «Креді Агріколь» та АТ «Райффайзен Банк Аваль» (табл. 1) демонструє значні співпадіння її основних етапів.

Таблиця 1

Методики комерційних банків щодо бізнес-аналізу вітчизняних підприємств

Етапи бізнес-аналізу	Комерційні банки		
	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	ПАТ «Креді Агріколь Банк»	АТ «УкрСиббанк»
Ідентифікація якісних та кількісних характеристик бізнесу	Проводиться ідентифікація та оцінка комерційного та ринкового ризику позичальника	Проводиться, але відсутня методика проведення ідентифікації бізнесу	
Аналіз бізнес-плану підприємства	Відсутня затверджена методика оцінки якості бізнес-плану		
Аналіз фінансової звітності та фінансового стану	Проводиться у повному обсязі на основі розрахунку основних та додаткових фінансових показників		
Аналіз прогнозування показників розвитку бізнесу	Проводиться на основі фінансових показників, але відсутня затверджена методика розрахунку грошових потоків		

Джерело: складено на основі [4, 5, 6].

Так, у кожного банку існує своя методика бізнес-аналізу позичальника, у якій визначено основні кількісні та якісні показники, що враховуються при оцінці кредитоспроможності юридичних осіб. Наприклад, виходячи з потенційних джерел ризику позичальника-юридичної особи, банком АТ «Райффайзен Банк Аваль» виділяються наступні напрями ідентифікації та оцінки кредитного ризику [4]:

- ідентифікація та оцінка фінансового ризику позичальника;
- ідентифікація та оцінка комерційного ризику позичальника;
- ідентифікація та оцінка ринкового ризику позичальника.

Саме цим діагностика позичальника-юридичної особи АТ «Райффайзен Банк Аваль» відрізняється від методик інших банків. Щодо АТ «УкрСиббанк», то їх відмінністю є те, що цей банк, роблячи кредитну аналітику, враховує SWOT-аналіз по кредитній заявці потенційного позичальника [5]. А от ПАТ «Креді Агріколь Банк» головну увагу приділяє оцінці фінансовому стану позичальника і навіть відвідуються місця ведення бізнесу з метою візуального порівняння отриманої від потенційного позичальника інформації з реальним станом справ, в чому менеджер банку зможе переконатися на власні очі під час візиту, а також підтвердження повноти наданої інформації та огляду застави [6].

Банки користуються різноманітними системами, що відрізняються одна від одної передусім складовими фінансового аналізу та алгоритмом розрахунку. Не дивлячись на широку вживаність статистичних методів оцінки, дана група потребує наявності значного масиву вихідних даних та є складною для впровадження у вітчизняних банках. А методи комплексного аналізу хоч і дозволяють швидко і з мінімальними витратами праці обробити великий обсяг кредитних заявок окремих фізичних осіб, проте вимагають постійного оновлення інформації, що може бути доволі вартісним для банку, а також не дозволяє врахувати специфічних особливостей окремих позичальників. Коефіцієнтний аналіз, хоч і є простим у реалізації і не потребує спеціального інформаційного забезпечення, проте нормативні значення багатьох коефіцієнтів не враховують фактичний стан економіки та відображають лише сучасний стан, не враховуючи при цьому динамічні зміни, що підвищує ризик кредитування конкретних юридичних осіб. Тому найбільш оптимальним є створення банком власної методики оцінки кредитоспроможності, яка буде враховувати як рівень економічної і політичної стабільності в державі, так і можливості самого банку, його кредитну політику, пріоритети у роботі, особливості та сегменти позичальників, на які банк в основному орієнтується.

Методики оцінювання кредитоспроможності юридичних осіб розвиваються та удосконалюються шаленими темпами в наш час, за рахунок чого набирають популярності нові підходи. Однією з основних тенденцій розвитку систем оцінювання кредитоспроможності юридичних осіб в сучасних умовах є розвиток підходів до проведення кредитного скорингу, який має величезний потенціал для сприяння економічному зростанню світової економіки [7, 8]. Він дозволяє на основі певних характеристик існуючих клієнтів та потенційних постачальників, шляхом підрахунку балів, визначити ризики, пов'язані з наданням кредиту [9].

Серед переваг використання скорингових систем, на думку банкірів розвинених країн, в період до 2008-2009 рр. було зниження рівня неповернення кредиту. Водночас, деякі сучасні економісти висловлюють думку, що саме введення скорингу і уніфікація оцінки кредитоспроможності позичальника-юридичної особи спричинили кризову ситуацію кредитування. На даний момент більш прогресивним в зарубіжній практиці вважається індивідуальний підхід до кожного позичальника при оцінці його кредитоспроможності. Проте методи кредитного скорингу значно вдосконалились протягом останніх років, еволюціонувавши від традиційних статистичних до інноваційних методів, що базуються на використанні штучного інтелекту, включаючи алгоритми машинного навчання та глибокі нейронні мережі. Провідні компанії США, такі як Enova, Oculous, DataRobot, Scienaptic Systems, ZestFinance, underwrite.ai та ін. надають фінансово-кредитним установам програмні продукти, що базуються на використанні штучного інтелекту та допомагають банкам і кредиторам приймати обґрунтовані рішення щодо андеррайтингу. Такі програмні продукти, враховуючи та оцінюючи значну кількість факторів, дозволяють точно оцінювати кредитоспроможність позичальників у процесі прийняття рішень щодо їх кредитування. Так, компанія Scienaptic Systems (м. Нью-Йорк), крім інших фінансових послуг, надає платформу андеррайтингу, що забезпечує для банків та інших кредитних установ скорочення кредитних ризиків та, відповідно, збитків. Компанія нараховує понад 100 мільйонів клієнтів, серед яких такі фінансово-кредитні організації, як: Altura Credit Union, Federal Credit Union, Intrepid Credit Union, Credit Union of Georgia. Програмний продукт «Ether Scienaptic», поєднуючи безліч неструктурованих і структурованих даних, розумно перетворює дані, навчається на кожній взаємодії та надає комплексну інформацію про андеррайтинг [10]. Водночас, використання технологій інноваційного кредитного скорингу є обмеженим для значної частини національних ринків фінансових послуг. Зокрема, на ринках країн, що розвиваються, оцінювання кредитоспроможності позичальника-юридичної особи часто проводиться кредитним спеціалістом за традиційним підходом.

Однією з основних тенденцій розвитку систем оцінювання кредитоспроможності юридичних осіб в сучасних умовах є розвиток підходів до проведення кредитного скорингу, який має величезний потенціал для сприяння економічному зростанню світової економіки [7, 8]. Він дозволяє на основі певних характеристик існуючих клієнтів та потенційних постачальників, шляхом підрахунку балів, визначити ризики, пов'язані з наданням кредиту [9].

Серед переваг використання скорингових систем, на думку банкірів розвинених країн, в період до

2008-2009 рр. було зниження рівня неповернення кредиту. Водночас, деякі сучасні економісти висловлюють думку, що саме введення скорингу і уніфікація оцінки кредитоспроможності позичальника-юридичну особу спричинили кризову ситуацію кредитування. На даний момент більш прогресивним в зарубіжній практиці вважається індивідуальний підхід до кожного позичальника при оцінці його кредитоспроможності. Проте методи кредитного скорингу значно вдосконалились протягом останніх років, еволюціонувавши від традиційних статистичних до інноваційних методів, що базуються на використанні штучного інтелекту, включаючи алгоритми машинного навчання та глибокі нейронні мережі. Провідні компанії США, такі як Enova, Ocrolus, DataRobot, Scienaptic Systems, ZestFinance, underwrite.ai та ін. надають фінансово-кредитним установам програмні продукти, що базуються на використанні штучного інтелекту та допомагають банкам і кредиторам приймати обґрунтовані рішення щодо андеррайтингу. Такі програмні продукти, враховуючи та оцінюючи значну кількість факторів, дозволяють точно оцінювати кредитоспроможність позичальників у процесі прийняття рішень щодо їх кредитування. Так, компанія Scienaptic Systems (м. Нью-Йорк), крім інших фінансових послуг, надає платформу андеррайтингу, що забезпечує для банків та інших кредитних установ скорочення кредитних ризиків та, відповідно, збитків. Компанія нараховує понад 100 мільйонів клієнтів, серед яких такі фінансово-кредитні організації, як Altura Credit Union, Federal Credit Union, Intrepid Credit Union, Credit Union of Georgia. Програмний продукт «Ether Scienaptic», поєднуючи безліч неструктурованих і структурованих даних, розумно перетворює дані, навчається на кожній взаємодії та надає комплексну інформацію про андеррайтинг [10].

Водночас, використання технологій інноваційного кредитного скорингу є обмеженим для значної частини національних ринків фінансових послуг. Зокрема, на ринках країн, що розвиваються, оцінювання кредитоспроможності позичальника-юридичної особи часто проводиться кредитним спеціалістом за традиційним підходом. Виходом для таких випадків може стати поширений підхід до управління співіснуванням традиційного та альтернативного кредитного скорингу відомий як підхід «чемпіон-претендент», який передбачає порівняння результатів традиційного кредитного аналізу (чемпіона) з результатами застосування різних альтернативних моделей (претендентів) та їх подальше об'єднання результатів.

Комбінований результат традиційної та альтернативних моделей кредитного аналізу можна візуалізувати за допомогою трьох методів (рис. 3).

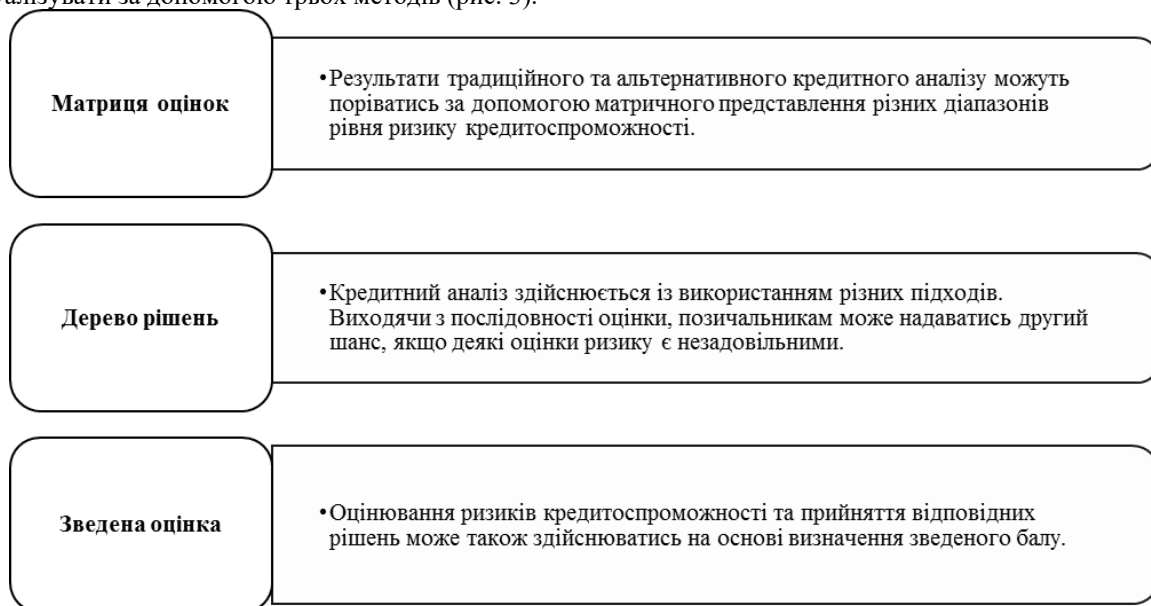


Рис. 3. Методи об'єднання традиційної та альтернативних моделей кредитного аналізу

Джерело: побудовано автором на основі [7, с. 55-57]

Запропонований підхід передбачає структурування та категоризацію наборів даних, аналіз за допомогою машинного навчання, прийняття рішень та безперервний моніторинг. Підхід до управління кредитними ризиками позичальників-ЮО на основі альтернативного кредитного аналізу сприяє скороченню часу для прийняття рішень щодо надання позик, а також своєчасного виявлення та попередження ризиків.

Крім того, поєднання традиційної та альтернативних моделей кредитного аналізу на основі використання передових цифрових технологій в процесі управління ризиком кредитоспроможності позичальника-ЮО забезпечує врахування величезної кількості різноманітних даних, підвищуючи таким чином ефективність та гарантуючи своєчасність розпізнавання ознак потенційної проблемності, основні критерії якої не обмежуються наведеними у табл. 2.

Таблиця 2

Основні критерії потенційної проблемності в системі управління ризиками кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб

Група критеріїв	Перелік критеріїв
Надмірне зростання продажів	швидке зростання обороту; суттєве зростання кредиторської заборгованості; зростання накладних витрат; зменшення обсягів грошових ресурсів; надмірно великі запаси; зменшення коефіцієнту поточної ліквідності, зменшення прибутковості, зменшення обсягу ліквідних активів; необхідність залучення додаткового капіталу для збереження темпів розвитку; різка зміна ставок амортизації; переоцінка активів.
Проблеми бухгалтерського обліку	негативний аудиторський висновок; затримка у наданні банку фінансової інформації; зміни у процедурах обліку (переоцінка запасів, ставок амортизації тощо).
Фінансові проблеми	виплата дивідендів компанією, що несе збитки; дострокове повернення кредитів, отриманих від засновників; порушення умов кредитних та забезпечувальних угод; диверсифікація або розширення існуючих операцій без наявності необхідних капітальних ресурсів.
Проблеми управління	занадто сильне покладання на одну окрему особу; істотні зміни у структурі власності компанії та/або у керівному складі; погіршення репутації менеджменту компанії.
Проблеми, які можна виявити за результатами аналізу руху коштів на рахунках	падіння обороту, зниження залишків на рахунках; великі надходження з боку агенцій нерухомості та біржових маклерів; суттєві надходження з боку невідомих раніше фірм; суттєві виплати на користь інших банків, судових органів; зняття великих обсягів готівки для необґрунтованих цілей.
Інші критерії	взаємодія клієнта із великою кількістю банків; погіршення репутації та надійності контрагентів клієнта; ознаки потенційних проблем у галузі діяльності клієнта, його основних клієнтів та постачальників; незадовільна динаміка заборгованості компаній, пов'язаних із клієнтом; висування клієнтом, або проти клієнта будь-якого юридичного позову.

Джерело: побудовано на основі [11].

Слід зазначити, що окремі виявлені проблеми (табл. 2) окремо не є сигналом про необхідність негайного вжиття заходів, але всі вони мають враховуватись в процесі управління ризиками кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб. В свою чергу, виникнення декількох з розглянутих ознак інтерпретується як наявність існуючих або потенційних проблем, які вимагають відповідної реакції.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Проаналізувавши методики оцінки кредитоспроможності позичальника, можна виокремити те, що банки користуються різноманітними системами, що відрізняються одна від одної передусім складовими фінансового аналізу та алгоритмом розрахунку, де кожна з них має свої переваги та недоліки. Перспективи вдосконалення оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб банків є розробка та подальше вдосконалення комплексної системи аналізу всебічної інформації про потенційного позичальника-юридичної особи із використанням надбань сучасних технологій. В даному напрямку держава також має вдосконалити механізм обміну кредитною інформацією задля забезпечення об'єктивності та неупередженості кредитних рішень. Така система заходів однозначно суттєво поліпшить рівень оцінки кредитоспроможності позичальників-юридичних осіб, та, як наслідок, матиме позитивний вплив і на сам процес кредитування, і на кредитний портфель вітчизняних банків.

Література

1. Chaikovska I.I., Chaikovskiy M. Development of an economic-mathematical model to determine the optimal duration of project operations. Eastern-European journal of enterprise technologies (control processes). 2020. № 3 (105). P. 34–42.
2. Фінансова звітність банку АТ КБ «Приватбанк» за 2020 рік. URL: https://static.privatbank.ua/files/PB_SepUkr_2021.03.15_Zvit_Last_n.pdf
3. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : затверджене постановою Правління Національного банку України від 30.06.2016 р. № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#Text>
4. Офіційний сайт АТ «Райффайзен Банк Аваль». URL: <https://www.aval.ua/>
5. Офіційний сайт АТ «УкрСиббанк». URL: <https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/>
6. Офіційний сайт ПАТ «Креді Аґріколь Банк». URL: <https://credit-agricole.ua/>
7. Alternative Credit Scoring of Micro-, Small and Medium-sized Enterprises. Hong Kong Monetary

- Authority. 2020. URL: https://www.hkma.gov.hk/media/eng/doc/key-functions/financial-infrastructure/alternative_credit_scoring.pdf.
8. Credit scoring approaches guidelines. World Bank Group. 2019. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/935891585869698451-0130022020/original/CREDITSCORINGAPPROACHESGUIDELINESFINALWEB.pdf>.
9. Бобиль В. Сучасний ризик–менеджмент у банківській діяльності: теоретичний аспект. *Вісник Національного банку України*. 2008. № 11. С. 28–32.
10. Schroer A. AI and the Bottom Line: 20 Examples of Artificial Intelligence in Finance. Uniting People + Tech. 2021. URL: <https://builtin.com/artificial-intelligence/ai-finance-banking-applications-companies>.
11. Положення про кредитну політику ПАТ КБ «Приватбанк»: Протокол Наглядової Ради № 19 від 23.06.17 р. URL: https://static.privatbank.ua/files/Regulation_on_credit_policy_190617.pdf

References

1. Chaikovska I.I., Chaikovskiy M. Development of an economic-mathematical model to determine the optimal duration of project operations. *Eastern-European journal of enterprise technologies (control processes)*. 2020. № 3 (105). P. 34–42.
2. Finansova zvitnist banku AT KB «Pryvatbank» za 2020 rik. URL: https://static.privatbank.ua/files/PB_SepUkr_2021.03.15_Zvit_Last_n.pdf
3. Polozhennia pro vyznachennia bankamy Ukrainy rozmiru kredytnoho ryzyku za aktyvnymy bankivskymy operatsiamy : zatverdzhene postanovoiu Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy vid 30.06.2016 r. № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#Text>
4. Ofitsiynyi sait AT «Raiffaizen Bank Aval». URL: <https://www.aval.ua/>
5. Ofitsiynyi sait AT «UkrSybbank». URL: <https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/>
6. Ofitsiynyi sait PAT «Kredi Ahrikol Bank». URL: <https://credit-agricole.ua/>
7. Alternative Credit Scoring of Micro-, Small and Medium-sized Enterprises. Hong Kong Monetary Authority. 2020. URL: https://www.hkma.gov.hk/media/eng/doc/key-functions/financial-infrastructure/alternative_credit_scoring.pdf.
8. Credit scoring approaches guidelines. World Bank Group. 2019. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/935891585869698451-0130022020/original/CREDITSCORINGAPPROACHESGUIDELINESFINALWEB.pdf>.
9. Bobyl V. Suchasnyi ryzyk–menedzhment u bankivskii diialnosti: teoretychnyi aspekt. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy*. 2008. № 11. С. 28–32.
10. Schroer A. AI and the Bottom Line: 20 Examples of Artificial Intelligence in Finance. Uniting People + Tech. 2021. URL: <https://builtin.com/artificial-intelligence/ai-finance-banking-applications-companies>.
11. Polozhennia pro kredytnu polityku PAT KB «Pryvatbank»: Protokol Nahliadovoi Rady № 19 vid 23.06.17 r. URL: https://static.privatbank.ua/files/Regulation_on_credit_policy_190617.pdf

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-5>

УДК: 658.628

Ірина КОЧНОВА

Національний університет «Запорізька політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-4811-6814>

igrair13@ukr.net

Наталія ОНУФРІЄНКО

Національний університет «Запорізька політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-7029-7300>

nonufr@gmail.com

УПРАВЛІННЯ АСОТИМЕНТОМ ТОВАРІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті досліджується важливість і необхідність асортиментної політики, сформульовані цілі асортиментної політики, визначено вплив асортиментної політики на розвиток сучасних підприємств. У ході дослідження з'ясовано, що зростаюча потреба комплексного підходу у вирішенні питань формування принципів ведення товарної інноваційної політики та реалізації її ключових функцій у сфері розвитку торговельного підприємництва в системі роздрібною торгівлі. Запропоновано орієнтири підвищення ефективності побудови асортиментної політики підприємств у сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: товарознавство, торговельне підприємництво, комерційна діяльність, товарна інноваційна політика, роздрібна торгівля.

Irina KOCHNOVA, Natalia ONUFRIENKO

National University «Zaporizhzhia polytechnic», Ukraine

MANAGEMENT OF THE RANGE OF GOODS IN RETAIL TRADE

In the conditions of strengthening of competition in the consumer market both between the retail trade enterprises, and domestic and foreign trade networks special value is given to the assortment policy of the enterprise. The assortment policy ensures the achievement of the ultimate goals of the enterprise, connects the components of the commercial strategy and achieves the possibility of the most efficient management of resources.

That is why the issues of formation, change and forecasting of the range do not lose relevance and require systematic research among other management problems. Assortment management issues require the synthesis of a large amount of information on the activities of the company and its competitors, on the volume and structure of production, prices and conditions of sale, regions and sales network, and so on.

Despite the urgency and, consequently, the high level of development of this problem, it can not be considered solved, especially in terms of developing proposals for Ukrainian companies that are not confident enough not only in foreign markets but also in domestic.

The article examines the importance and necessity of assortment policy, formulates product policy objectives, determines the influence of assortment product policy on the development of modern enterprises. The integrated requirement for an integrated approach to addressing the formation of the innovative policy principles of product and the implementation of its key functions in the field of trade entrepreneurship in the retail system. A guidance for efficiency increase of development of product policy of enterprises in contemporary market conditions was proposed.

Key words: trading, retail trade business, commercial activity, innovative trading policy, retail.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В умовах посилення конкуренції на споживчому ринку як між роздрібними торговельними підприємствами, так і вітчизняними і зарубіжними торговими мережами особливе значення приділяється асортиментній політиці підприємства. За допомогою асортиментної політики забезпечується досягнення кінцевих цілей підприємства, пов'язуються воедино складові комерційної стратегії та досягається можливість найбільш ефективного розпорядження ресурсами.

Саме тому, питання формування, зміни та прогнозування асортименту не втрачають актуальності та потребують системного дослідження серед інших управлінських проблем. Питання управління асортиментом потребують синтезу великого обсягу інформації щодо діяльності підприємства та його конкурентів, щодо обсягів та структури виробництва, ціни та умов реалізації, регіонів та мережі збуту тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Теоретичні аспекти та методичний інструментарій формування асортиментної політики підприємств роздрібною торгівлі фрагментарно розглядалися вітчизняними вченими: С.В. Близнюк [1], Є. Єфімова [2], В. Михайлов, Т. Глушкова, О. Зінченко [3], Н. Кубишина [4], О.Ю. Касич [6], А.П. Симонова [7], А.І. Кашперська [8], В.В. Лісіци, В.І. Місюкевич, О.М. Михайленко [12].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на актуальність та, відповідно, високий рівень розробки даної проблеми її не можна вважати вирішеною, особливо в частині розробки пропозицій для українських підприємств, які не досить впевнено себе почувають не лише на зовнішніх ринках, а й на внутрішніх.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення цілей та особливостей сучасної асортиментної політики роздрібного підприємства в умовах конкурентного ринку.

Виклад основного матеріалу

Торгівля є однією тих сфер, що наразі найбільш активно розвивається в економіці України. Роздрібна торгівля, будучи одним з етапів складного процесу товарообороту, виявляє необхідні за ціною і потребами товари, тобто є показником попиту.

Як багатогранне поняття асортимент можна аналізувати з різних точок зору, а саме як засіб задоволення вимог споживачів, предмет праці та товарного забезпечення підприємства, товарні ресурси підприємств торгівлі, частку обігових активів і майна підприємств, об'єкт авансування фінансових ресурсів та об'єкт для вкладання інвестицій, об'єкт спрямування інноваційної діяльності, засіб покращення торговельного обслуговування покупців тощо [2].

У товарознавстві під асортиментом товарів розуміють сукупність (набір) товарів різних груп, видів і різновидів, а формування асортименту здійснюється за конкретними ознаками так, щоб така сукупність товарів задовольняла різноманітні особисті потреби споживача [3].

У комерційній діяльності торговельних підприємств асортимент виступає як інструмент для досягнення результативного товарно-грошового обміну.

Істотної різниці між товарознавчим та комерційним підходами формування асортименту немає. Адже формуючи асортимент, торговельні працівники ставлять на перше місце питання попиту та конкурентоспроможності, аналізуючи одночасно й внутрішні чинники підприємницької діяльності.

Під товарним асортиментом слід розуміти сукупність товарів, відповідних між собою за певними ознаками, які підприємство просуває на ринок залежно від його можливостей з урахуванням найбільш повного задоволення побажань споживачів та за умови отримання максимального додаткового ефекту для підприємства [4].

Асортиментна політика організації торгівлі – це цілеспрямована діяльність в області товарного забезпечення ринку, заснована на довгостроковому плануванні та регулюванні, спрямована на задоволення попиту споживачів з урахуванням оптимізації номенклатури товарів і забезпечення рентабельності всієї діяльності. Вона передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обґрунтованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити відповіді на питання з приводу формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів на певному рівні, знаходженню для товарів оптимальних товарних сегментів, розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів [5].

Основою метою управління асортиментом є забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності підприємства на ринку засобами формування та оптимізації структури випуску та формування асортименту продукції.

До основних цілей асортиментної політики слід віднести задоволення запитів споживачів; залучення нових покупців; освоєння нових ринків; завантаження виробничих потужностей; оптимальне використання технологічних знань і досвіду підприємства; зниження витрат, пов'язаних зі структурою асортименту; збільшення оборотності виробничих запасів; забезпечення оптимального прибутку тощо.

Безумовно, особливо в умовах нестабільного розвитку для українських підприємств мета отримання максимально-можливого прибутку є найбільш важливою, оскільки її досягнення свідчитиме про розширення можливостей підприємства більш активно управляти асортиментом. Однак в деяких випадках підприємства в структурі випуску зберігають навіть збиткові види продукції, якщо їх випуск дає можливість завантажити виробничі потужності за основними видами продукції, а отже дозволить збільшити базу розподілу витрат [6].

Основними етапами управління є встановлення вимог до раціональності асортименту, визначення асортиментної політики організації і формування асортименту.

Регулювання перерахованих вище факторів становить суть управління асортиментом і досягається за допомогою встановлення певних вимог, що пред'являються до раціонального асортименту. Ці вимоги регламентуються низкою нормативних, технічних і технологічних документів [7].

Отже, за даними Державної служби статистики, за період 2015–2020 рр. спостерігається поступове збільшення товарообороту підприємств роздрібною торгівлю – юридичних осіб на 83%. Водночас доцільно відмітити, що в I кварталі 2021 р. товарооборот склав 230318,8 млн грн. Збільшення роздрібного товарообороту, скоріш за все, пов'язане зі зростанням ринкових цін, а не зі стрімким підвищенням попиту на товари [8].

Робота з асортиментом дозволяє бізнесу не просто вижити, але процвітати в умовах жорсткої конкуренції та загальної доступності порівнянних товарів.

Основними проблемами у сфері управління асортиментом є: потреби споживачів швидко змінюються, тому торговельне підприємство вимушено постійно оновлювати свій асортимент, а для цього потрібні допоміжні ресурси; жорстка конкуренція призводить до того, що новий товар, який виведений на

ринок не встигає перекрити інвестиції в його виробництво й просування; на торговельних підприємствах не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування змін попиту споживачів й відсутності методик оптимізації асортименту.

Водночас, управління асортиментом є значним ресурсом підвищення рентабельності реалізації споживчих товарів на підприємствах роздрібною торгівлі

Планування асортименту завжди короткострокове, адже неможливо точно спрогнозувати потребу покупців, появу на ринку нових товарів, непередбачені законотворчі зміни та, врешті-решт, пандемію.

У формуванні асортименту існує два принципи: перший – коли магазин формує потреби покупців: привозить новий товар й тим самим інформує покупця про новинки та тренди; другий – коли покупці залишають побажання на додавання товару в асортимент. Наприклад, у МЕТРО біля виходу стоять стенди, де можна від руки написати, який товар ви хочете побачити на полицях магазину [9].

За умов конкуренції торговельним підприємствам необхідно орієнтуватись на задоволення потреб споживачів, забезпечуючи при цьому економічну ефективність своєї роботи. Реалізація цієї мети більшою мірою залежить від асортименту товарів, що пропонується.

Під час формування асортименту товарів у магазинах повинно бути забезпечено виконання таких умов:

- дотримання встановленого асортиментного профілю магазину;
- максимальне розширення та оновлення асортименту пропонованих товарів із урахуванням зміни попиту населення, спрямоване на зростання товарообороту та підвищення рентабельності;
- дотримання стабільності асортименту та проведення періодичних змін його по сезонах.

Асортиментна політика має стратегічний аспект і є важливим складником стратегії роздрібною торгівлі. Тут може бути декілька варіантів.

Перший варіант – це стратегія оптимізації асортименту, яка може здійснюватися шляхом звуження його широти і зменшення глибини: магазини скорочують асортимент до декількох товарних груп, а в межах груп – організовують продаж лише самих популярних і ходових товарів. Це дозволяє значно зменшити товарні запаси, збільшити швидкість обертання товарів і скоротити потребу в кредитах на закупівлю та реалізацію товарної маси.

Другий варіант означає, що в основу формування асортименту покладена стратегія максимального його розширення і поглиблення. Вона потребує значно більших фінансових ресурсів, але дозволяє запропонувати покупцям дуже широкий асортимент товарів, які можна знайти тільки в цьому магазині.

Сфера торгівлі продовольчими товарами була визначена державою як стратегічною. Відбулось вибухове зростання Інтернет-магазинів продуктових ритейлерів. Свої Інтернет-магазини запустили АТБ, «Сільпо», «Фора», з'явилися послуги «click and collect», «click and drive». Саме зараз у цьому каналі буде складно отримати прибуток, проте Інтернет-торгівля буде зростати незалежно від карантину, це довгостроковий тренд і ігнорувати його недалекоглядно. Як повідомила прес-служба з посиланням на керівника дирекції обслуговування бізнес клієнтів ПриватБанку Євгена Заїграєва, кількість безготівкових оплат картками та безконтактними гаджетами за рік зросла на 37% – до 2,2 млрд транзакцій (з 1,6 млрд роком раніше). Зазначається, що за підсумками 2021 року обсяги безготівкових оплат у супермаркетах та продуктових магазинах були найбільшою статтею витрат і склали 224 млрд грн, що на 31% більше за показники минулого 2021 року (170 млрд грн) [10].

Вважаючи на кризу, торговельні мережі почали більш активну оптимізацію асортиментної політики, особливо асортиментної матриці. Значну увагу приділяють ефективному підходу до управління покупцем не тільки за допомогою масового маркетингу, а повертаються до індивідуальних комунікацій за допомогою баз даних, CRM-систем, включаючи такі комунікації в бізнес-процеси управління роздрібною торговельною мережею [11].

Проблеми, що виникають у сфері товарного обігу, пов'язані з необхідністю підвищення ефективності торговельного підприємництва та рентабельності всіх учасників процесу товаропросування, що вимагає запровадження принципово нової та економічно обґрунтованої концепції. Концепція першочергово передбачає управління асортиментом товарів із погляду балансу інтересів всіх учасників товарного руху в межах обраних товарних категорій. Розвитком можливостей цієї концепції в сфері управління асортиментом товарів повинен стати товарознавчий підхід стосовно дослідження природи товару, виявлення й обґрунтування відмінностей інтересів виробників, механізму розподілу та споживання продуктів харчування тощо.

Таким чином формування асортименту може здійснюватись різними методами з урахуванням цілого ряду факторів, таких як технологічні можливості, стан попиту споживачів, наявність аналогічних товарів на ринку збуту. Споживчий попит та формування асортименту між собою тісно взаємопов'язані. Для формування асортименту суттєвим фактором є також цінові характеристики продукції. Від структури асортименту продукції, своєчасного його оновлення, залежить величина витрат населення та попит споживачів. Тому при формуванні асортименту важливою вимогою є при мінімальних витратах часу на покупку максимально задовольнити попит споживача [8].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Оскільки дослідження показало, що при формуванні асортименту важливою вимогою є при мінімальних витратах часу на покупку максимально задовольнити попит споживача, то подальші дослідження мають бути спрямовані на розвиток електронної комерції з її електронними та автоматичними магазинами, інтернет-вітринами. Для досягнення найкращих результатів також важливо слідкувати за новими досягненнями лідерів світової онлайн-торгівлі, серед яких розвиток мобільних додатків та адаптивних сайтів, клієнтоцентричність та персоналізація продажів.

Новим явищем для української торгівлі є входження на ринок нових форм через розповсюдження інноваційних технологій. Швидкими темпами в останні п'ять років розвивається електронна комерція з її електронними та автоматичними магазинами, інтернет-вітринами. У наступні п'ять років цей напрям буде перспективним і впливовим на галузь. Тому можна прогнозувати, що саме торговельні мережі будуть досить активно використовувати багатоканальний реально-віртуальний підхід до продажу товарів.

Література

1. Близнюк С.В. Стратегический маркетинг торговой фирмы / С.В. Близнюк. – К., 2010. – 119 с.
2. Єфімова Є. Актуальність асортиментної політики у сучасному управлінні підприємством роздрібною торгівлі / Є. Єфімова // Траєкторія науки. – 2017. – № 7 (12). – С. 3.1-3.14.
3. Непродовольчі товари : [підручник] / [В. Михайлов, Т. Глушкова, О. Зінченко]. – К. : Книга, 2005. – 536 с.
4. Кубишина Н. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку / Н. Кубишина // Економічний вісник НТТУ «КПІ». – 2010. – № 7. – С. 171–178.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [підручник] / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
6. Касич А. О. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі [Електронний ресурс] / А. О., Касич, К. О. Марченко // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». – 2018. – № 6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
7. Симонова А.П. «Асортиментна політика фірми» / А.П. Симонова. – Мінськ : Вища школа, 2006. – 423 с.
8. Кашперська А.І. Ринок роздрібною торгівлі України: стан і тенденції розвитку [Електронний ресурс] / А.І. Кашперська // Бізнес Інформ. – 2021. – № 4. – С. 120–127. – Режим доступу : <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>.
9. Управління асортиментом товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://torgsoft.ua/ua/articles/gid-po-torgsoft/assortiment-tovarov/>.
10. Українці у 2021 році витратили на 42% більше, розраховуючись cashless у терміналах ПриватБанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/789211.html>.
11. Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Estimates for 2016–2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/2020>.
12. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : колективна монографія / за ред. В. В. Лісіці, В. І. Мисюкевич, О. М. Михайленко. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 232 с.

References

1. Blyzniuk S.V. Stratehicheskyi marketynh torhovoii fyrmy / S.V. Blyzniuk. – K., 2010. – 119 s.
2. Yefimova Ye. Aktualnist asortymentnoi polityky u suchasnomu upravlinni pidpriemstvom rozdrubnoi torhivli / Ye. Yefimova // Traiektoriia nauky. – 2017. – № 7 (12). – S. 3.1-3.14.
3. Nprodovolchi tovary : [pidruchnyk] / [V. Mykhailov, T. Hlushkova, O. Zinchenko]. – K. : Knyha, 2005. – 536 s.
4. Kubyshyna N. Metodyka rozrobky stratehichnoho naboru tovariv na promyslovomu rynku / N. Kubyshyna // Ekonomichniy visnyk NTU «KPI». – 2010. – № 7. – S. 171–178.
5. Harkavenko S.S. Marketynh : [pidruchnyk] / S.S. Harkavenko. – K. : Libra, 2002. – 712 s.
6. Kasych A. O. Asortymentna polityka pidpriemstva: meta, zavdannia, modeli [Elektronnyi resurs] / A. O., Kasych, K. O. Marchenko // Elektronne fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika». – 2018. – № 6. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
7. Symonova A.P. «Asortymentna polityka firmy» / A.P. Symonova. – Minsk : Vyscha shkola, 2006. – 423 s.
8. Kashperska A.I. Rynok rozdrubnoi torhivli Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku [Elektronnyi resurs] / A.I. Kashperska // Biznes Inform. – 2021. – № 4. – S. 120–127. – Rezhym dostupu : <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>.
9. Upravlinnia asortymentom tovariv [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://torgsoft.ua/ua/articles/gid-po-torgsoft/assortiment-tovarov/>.
10. Ukraintsi u 2021 rotsi vytratyly na 42% bilshе, rozrakhovuiuchys cashless u terminalakh PryvatBanku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/789211.html>.
11. Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketers Estimates for 2016–2021 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/2020>.
12. Formuvannia systemy vnurishnoi torhivli Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii : kolektyvna monohrafiia / za red. V. V. Lisitsy, V. I. Misiukevych, O. M. Mykhailenko. – Poltava : PUET, 2020. – 232 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-6>

УДК 658:15(075.8)

Олег НИЖНИК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3646-2365>

e-mail: nyzhnykov@khmnu.edu.ua

Ірина НИЖНИК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-8752-3538>

e-mail: nyzhnyki@khmnu.edu.ua

Віктор ЛИСАК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-5352-7090>

e-mail: lysak.viktor@khmnu.edu.ua

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем розглянуто з точки зору комплексності та індивідуальності вибору складових елементів. Визначено рівні комплексної системи фінансово-економічної безпеки закладів вищої освіти як соціально-економічних організацій (установ). Запропоновано управління ФЕБ здійснювати як на тактичному, так і на стратегічному рівнях. Визначено основні функції, принципи та критерії діяльності нормативно-планового рівня фінансово-економічної безпеки закладів вищої освіти та висунуто сучасну концепцію безпеки інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем.

Ключові слова: управління, фінансово-економічна безпека, інноваційно-орієнтовані системи, заклади вищої освіти.

Oleh NYZHNYK, Iryna NYZHNYK, Viktor LYSAK

Khmelnytskyi National University

MANAGEMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF INNOVATION-ORIENTED SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

The modern paradigm of financial and economic security management of innovation-oriented socio-economic systems should be based on guidelines for action and management decisions aimed at ensuring and improving the level of financial and economic security. The authors consider the management of financial and economic security of innovation-oriented socio-economic systems in terms of complexity and individuality of the choice of components. The article identifies the levels of a comprehensive system of financial and economic security of higher education institutions as socio-economic organizations (institutions). The authors propose to manage the financial and economic security at both the tactical and strategic levels. This study identifies the main functions, principles and criteria of the regulatory and planned level of financial and economic security of higher education institutions and puts forward a modern concept of security of innovation-oriented socio-economic systems.

The article proves that the management of financial and economic security of innovation-oriented socio-economic systems has a complex structure, which includes: goals, principles, actors, objects, tasks, functions, measures, levers and tools. Each of these components has its own characteristics, performance requirements, relationships. Innovation-oriented socio-economic systems for their safe operation must independently develop and adhere to a defined management strategy, the stages of which are described for their practical use in the management of financial and economic security. To ensure and increase the level of financial and economic security of innovation-oriented socio-economic systems, the following methods should be developed: technical, financial, informational, legal, personnel, intellectual and innovative. The authors of the article include the following principles of financial and economic security of innovation-oriented socio-economic systems: timeliness, complexity, system, legality, activity, specialization, coordination and interaction, centralization, management flexibility and sufficiency in management. These principles are included in the general structure of the management system of financial and economic security of non-productive entities.

Keywords: management, financial and economic security, innovation-oriented systems, institutions of higher education

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

За сучасних умов господарювання інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем їх фінансово-економічна безпека є ключовим завданням пошуку ефективного функціонування із захисту комерційної таємниці та конфіденційності інформації, забезпечення кібербезпеки, фізичної, технічної, внутрішньої, зовнішньої, інформаційно-комунікативної і завершуючи енергетичною, матеріально-технічною та соціально-охоронною безпекою. За таких умов головними елементами управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем є визначення мети, оперативних та стратегічних цілей та завдань; власне функціонування системи, виходячи із суб'єктів та об'єктів управління, принципів та функцій, механізмів, інструментів, методів та засобів формування системи управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем. При розробці механізмів управління фінансово-економічною безпекою таких систем є визначення їх структури, яка має відповідати наступним вимогам: системності підходів, взаємозв'язку між елементами,

взаємозалежності та доповнюваності, адаптивності до мінливих умов як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Аналіз досліджень та публікацій

Опрацювання зарубіжної та вітчизняної економічної літератури, присвяченої управлінню фінансово-економічною безпекою як виробничих, так і соціальних систем таких науковців та практиків, як Л. Дікан, О. Вівчар, І. Дрозд, А. Загородній, Л. Мельник, М. Осійчук, А. Череп, В. Шевчук та інших показало, що, не применшуючи їх значного вкладу в розв'язок даної проблеми, на сьогодні однозначно визначеної системи управління фінансово-економічною безпекою поки що не знайдено [1–5]. Через те низка завдань, спрямованих на дослідження можливостей щодо формування та використання механізмів управління та відповідних методів підвищення фінансово-економічної безпеки, потребує подальшого дослідження, що є особливо актуальними для сучасних соціально-економічних систем і, зокрема, для закладів вищої освіти.

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає у розробці теоретичних та практичних основ управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем за сучасних умов їх функціонування.

Виклад основного матеріалу

Інноваційно-орієнтовані соціально-економічні системи, як і будь-які виробничі системи, потребують управління фінансово-економічною безпекою на таких рівнях: режимно-пропускному (охоронному), техніко-технологічному (використанні інноваційних технологій та нової техніки), оперативному (використанні специфічних засобів та методів) та адміністративному (виробленні управлінських рішень для безперебійного функціонування). Система фінансово-економічної безпеки інноваційно-орієнтованих організацій, установ та підприємницьких структур виробничого та соціального характеру має включати мету, операційні цілі, об'єкти, суб'єкти, механізми забезпечення, важелі та інструменти застосування (рис. 1).

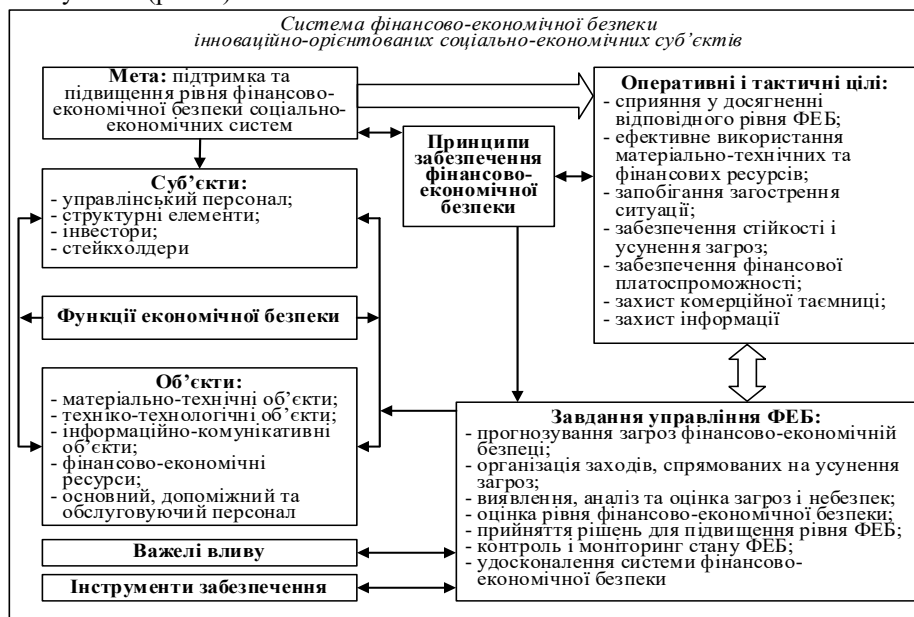


Рис. 1. Структура фінансово-економічної безпеки інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем

Головним завданням управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем є: прогнозування, оцінка рівня, розробка заходів, контроль та моніторинг рівня ФЕБ. Окрім того, дуже важливим елементом є передбачення і випередження можливих загроз, що призводять до зниження рівня фінансово-економічної безпеки, мінімізація впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, локалізація існуючих загроз та усунення чи їх ліквідація. Суб'єкти фінансово-економічної безпеки, на нашу думку, можуть бути поділені на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх суб'єктів належать: органи влади, що гарантують безпеку; учасники-стейкхолдери, з якими соціально-економічні системи мають певні стосунки; інвестори, які вкладають певні фінанси в розвиток соціально-економічних систем. До внутрішніх суб'єктів належать весь персонал та персонал структур, до яких входить соціально-економічна система або її виключає.

Сучасна парадигма управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем має ґрунтуватися на орієнтирах для дій і ухваленні управлінських рішень, які

спрямовані на забезпечення і підвищення рівня фінансово-економічної безпеки. Якщо говорити про основні завдання структурного підрозділу соціально-економічної системи, то до них слід віднести: охорону виробничо-господарської діяльності та захист комерційної таємниці, організаційні роботи із правового захисту, організаційні роботи з неотримання несанкціонованого отримання відомостей комерційного характеру, виявлення та локалізацію можливого витіку конфіденційної інформації в процесі діяльності та екстремальних ситуацій, організацію режиму безпеки всіх видів діяльності, включаючи ділові зустрічі, переговори, наради, забезпечення охорони приміщень та майна для ведення діяльності, організацію особистої безпеки персоналу, оцінку маркетингових ситуацій та неправомірних дій конкурентів.

Управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем має відбуватись у всіх напрямках її підвищення, захисту інтересів, зменшення загроз, а саме:

- ✓ збереження і примноження власності, відновлення матеріально-технічної бази;
- ✓ підвищення інтелектуального потенціалу, зміцнення дисципліни праці, підвищення її продуктивності;
- ✓ підвищення конкурентних переваг та конкурентоспроможності товарів, робіт і послуг;
- ✓ розгалуження інформаційного забезпечення, спрямованого на економію робочого часу;
- ✓ досягнення нормативних обсягів виробництва та програм розвитку на основі інноваційних технологій та запровадження новітньої техніки;
- ✓ розбудова інноваційних безпекових структур, спрямованих на підвищення фінансово-економічної безпеки;
- ✓ орієнтація на новітні стандарти і лідерство у розробці та освоєнні нової техніки, інноваційних товарів, робіт і послуг;
- ✓ збереження і розвиток інноваційного ресурсного потенціалу;
- ✓ надання пріоритету інноваційним засобам забезпечення і підвищення фінансово-економічної безпеки;
- ✓ залучення до «ноу-хау» творчого персоналу, висококваліфікованих і професійних кадрів.

Інноваційна політика соціально-економічних систем у напрямі підвищення рівня фінансово-економічної безпеки має ґрунтуватися на стратегічному управлінні, що здійснюється у послідовності, зазначеній на рисунку 2.

Отже, під стратегією управління фінансово-економічною безпекою на сучасному етапі розвитку слід розуміти сукупність ефективних рішень, спрямованих на забезпечення планового рівня безпеки інноваційно-орієнтованих систем. Власне, система стратегічного управління ФЕБ інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем передбачає створення підрозділів з управління кожним видом і сферою діяльності в системі економічної безпеки та оцінювання і стимулювання підрозділів за ступенем досягнення стратегічних цілей.

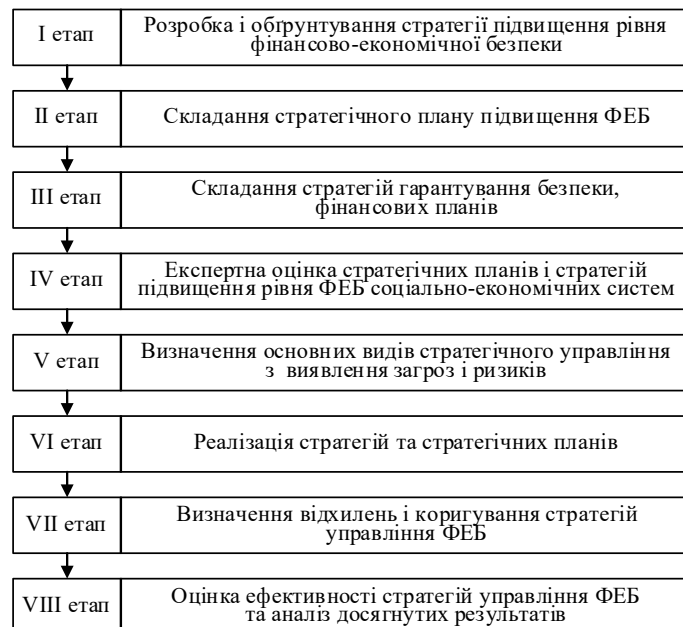


Рис. 2. Етапи стратегічного управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем

За типами стратегії управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем слід поділити на:

- ✓ стратегії прогнозування загроз і небезпек та реалізації заходів з їх ліквідації або відвернення;

- ✓ стратегії швидкого реагування подразники і фактори негативного впливу та здійснення превентивних заходів;
- ✓ стратегії відшкодування прогнозованих втрат та збитків від зниження фінансово-економічної безпеки.

Для забезпечення і підвищення рівня фінансово-економічної безпеки інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем мають бути розроблені наступні методи: технічні (спостереження, ідентифікація, контроль), фінансові (матеріальне стимулювання і мотивація до нового), інформаційні (комунікативні зв'язки), правові (сприяння і контроль, захист законодавчо встановлених інтересів і прав), кадрові (розстановка кадрів, підвищення кваліфікації), інтелектуально-інноваційні (патентування, раціоналізаторство, винаходи).

В системі управління фінансово-економічною безпекою чільне місце займають її функції, які умовно можна поділити на запобіжно-профілактичні та оперативну-інформаційні.

Так, запобіжно-профілактична функція фінансово-економічної безпеки може бути реалізованою через виконання загальних заходів безпеки, до яких слід віднести охорону фінансів, об'єктів, матеріальних цінностей, персоналу, логістики тощо; захист інформаційних ресурсів, захист технологій надання послуг, виготовлення товарів; встановлення звукового оповіщення персоналу про небезпеки тощо. Для забезпечення оперативної-інформаційної функції управління фінансово-економічною безпекою слід здійснювати такі заходи: маркетингові дослідження конкурентів, протидія недобросовісній конкуренції, дезінформація конкурентів, вплив на недобросовісних стейкхолдерів-боржників та інші.

До принципів дотримання фінансово-економічної безпеки інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем слід віднести принципи: своєчасності, комплексності, системності, законності, активності, спеціалізації, координації і взаємодії, централізації, управління гнучкістю та достатністю в управлінні. Дані принципи включені до загальної структури системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання не виробничої діяльності.

Описавши складові елементи запропонованої системи управління фінансово-економічною безпекою, слід приступити до складання, власне, концепції безпеки інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем. Дана концепція має ґрунтуватися на визначенні стану об'єкта, джерелах ресурсного забезпечення, механізмах реалізації концепції, на можливостях реагувати на внутрішні та зовнішні небезпеки.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, управління фінансово-економічною безпекою інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем має складну структуру, яка включає цілі, принципи, суб'єкти, об'єкти, завдання, функції, заходи, важелі впливу та інструменти забезпечення. Кожна із зазначених складових має свої характеристики, вимоги функціонування та взаємозв'язку. Інноваційно-орієнтовані соціально-економічні системи для їх безпечного функціонування мають самостійно розробляти і дотримуватися визначеної стратегії управління, етапи якої описані для їх практичного використання в управлінні фінансово-економічною безпекою.

Література

1. Даценко Г. В. Фінансова безпека підприємств: методи підвищення та механізми фінансового контролю : монографія / Г. В. Даценко. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – 326 с.
2. Кириленко О. А. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи / О. А. Кириленко // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2009. – № 16. – С. 22–28.
3. Нижник В. М. Економічна безпека виробничих систем: методи та механізми забезпечення / В. М. Нижник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 5, Т. 1. – С. 3–8.
4. Ткачук І. Г. Управління фінансами нових виробничих систем: теорія, методологія, практика : монографія / І. Г. Ткачук, С. О. Кропельницька. – Івано-Франківськ : Тіповіт, 2009. – 262 с.
5. Фінансові механізми та інструменти подолання дисбалансів соціально-економічного розвитку України : монографія / за заг. ред. Т. Васильціва. – Львів : Ліга Прес, 2016. – 596 с.

References

1. Datsenko H. V. Finansova bezpeka pidpriemstv: metody pidvyshchennia ta mekhanizmy finansovoho kontroliu : monohrafiia / H. V. Datsenko. – Khmelnytskyi : KhNU, 2019. – 326 s.
2. Kyrylenko O. A. Vdoskonalennia upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpriemstv v umovakh finansovoi kryzy / O. A. Kyrylenko // Finansovye rynki i tsennye bumagi. – 2009. – № 16. – S. 22–28.
3. Nyzhnyk V. M. Ekonomichna bezpeka vyrobnychykh system: metody ta mekhanizmy zabezpechennia / V. M. Nyzhnyk // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2011. – № 5, T. 1. – S. 3–8.
4. Tkachuk I. H. Upravlinnia finansamy novykh vyrobnychykh system: teoriia, metodolohiia, praktyka : monohrafiia / I. H. Tkachuk, S. O. Kropelnytska. – Ivano-Frankivsk : Tipovit, 2009. – 262 s.
5. Finansovi mekhanizmy ta instrumenty podolannia dysbalansiv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy: monohrafiia / Za zah. red. T. Vasylytsiva. – Lviv : Liha Pres, 2016. – 596 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-7>

УДК 332.145

Ірина КОШКАЛДА

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-4855-8890>

Сергій КАЛІНІЧЕНКО

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-3958-4763>

Вадим ГРОХОЛЬСЬКИЙ

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-4731-6489>

Андрій ГРІБНИК

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-0266-3006>

РЕГІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Туризм через формування дестинацій відкриває великі можливості для соціально-економічного розвитку територій (країни, регіону, міста і т. п.), що володіють різною кількістю туристських ресурсів. В'їзний туризм сприяє підвищенню платіжного балансу країни, внутрішній – його збереження. Туризм дозволяє отримувати прибуток у багатьох галузях, індустрії та сфери діяльності, які беруть участь у формуванні туристичних або супутніх туризму товарів. Туризм потрібно розвивати в будь-якій країні, регіоні, головне – мати правильне уявлення про його специфіку та інформаційне забезпечення при плануванні відповідної діяльності, що має відношення до нього. Регіони України мають значний та різноманітний туристично-рекреаційний потенціал, зумовлений вигідним геополітичним положенням та природно-кліматичними умовами, який може бути затребуваний як на внутрішньому, так і на міжнародних туристичних ринках. Втім, кризові явища останнього часу, пов'язані з карантинною кризою, що спричинила негативні соціально-економічні процеси у всьому світі, становлять суттєві виклики розвитку й реалізації регіонального потенціалу туристичного бізнесу в Україні, необхідне формування дієвих регіональних механізмів стимулювання розвитку всіх складових туристичної сфери, що має стати передумовою реалізації потенціалу туристичної індустрії регіону. Саме регіональний підхід до дослідження й розвитку туризму дозволяє детально аналізувати соціокультурні й соціально-економічні аспекти розвитку туристичного бізнесу, сприяти ефективному використанню туристично-рекреаційного потенціалу регіонів, формуванню постіндустріального етапу розвитку економічної системи країни та регіонів.

Ключові слова: туристична сфера, туристичний продукт, туристична індустрія, регіон, туристично-рекреаційні ресурси.

Sergiy KALINICHENKO, Andrey GRIBINYK,

Iryna KOSHKALDA, Vadim GROKHOLSKYI

State Biotechnological University

REGIONAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF A TOURIST PRODUCT

Tourism through the formation of destinations opens up great opportunities for socio-economic development of territories (countries, regions, cities, etc.) with different amounts of tourist resources. Inbound tourism helps to increase the country's balance of payments, domestic - its preservation. Tourism allows you to make a profit in many industries, industries and fields of activity that are involved in the formation of tourism or tourism-related products. Tourism should be developed in any country, region, the main thing - to have a correct idea of its specifics and information support when planning relevant activities related to it. The regions of Ukraine have a significant and diverse tourist and recreational potential, due to the favorable geopolitical position and natural and climatic conditions, which may be in demand in both domestic and international tourism markets. However, recent crises related to the quarantine crisis, which has caused negative socio-economic processes around the world, are significant challenges to the development and realization of regional potential of tourism business in Ukraine - the need for effective regional mechanisms to stimulate development of all components of tourism which should be a prerequisite for realizing the potential of the region's tourism industry. The regional approach to research and development of tourism allows analyze in detail sociocultural and socio-economic aspects of tourism business development, to promote effective use of tourist and recreational potential of regions, formation of post-industrial stage of economic system and regions.

Keywords: tourist sphere tourist product, tourist industry, region, tourist and recreational resources.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Туризм є динамічно розвинутою сферою людської активності, що зумовлює зміну способу світосприйняття, поглядів людей на культуру й переосмислення ними способу життя. З цієї точки зору, туристична сфера є важливим сервісним сектором глобальної та національної економіки [1].

В регіонах із визначеною туристично-рекреаційною спеціалізацією зміни спостерігаються у всіх сферах діяльності пов'язаних із туризмом. Зокрема слід відзначити розширення спектру туристичних послуг, запровадження нових технологій – маркетингових, інформаційних, розважальних, рекреаційних, транспортно-логістичних тощо, які переважно переймаються з досвіду інших країн із розвинутою туристичною сферою та давнім досвідом залучення туристичних потоків [2].

Необхідність і достатність виділення регіону як об'єкта дослідження, в рамках якого можливе розроблення програми розвитку рекреації та туризму, обумовлюється такими обставинами.

По-перше, програмні документи, що розробляються для загальнодержавного рівня, передбачають лише планування і виконання рамкових умов для розвитку рекреації та туризму незалежно від специфіки конкретної території.

По-друге, на рівні регіональних та муніципальних утворень, планування розвитку рекреації та туризму і формування відповідних програм обмежені потенціалом даної території – організаційним, кадровим, фінансовим та ін. Крім того, в межах регіону діють єдині для всіх місцевих утворень, що входять до нього, інституційні умови, що визначають форми розвитку рекреації та туризму. Тому надзвичайно актуальним є завдання вирішення проблемних питань щодо оптимізації процесу програмування та управління розвитком рекреаційно-туристичних регіонів в умовах ринкових перетворень.

Забезпечення зростаючої ролі туризму на соціально-економічні умови функціонування регіону вимагає вирішення низки конкретних завдань, серед яких першочерговими є оцінка ресурсної забезпеченості і туристичних можливостей регіону, виявлення унікальних об'єктів туристського інтересу, визначення напрямів розвитку ресурсної бази для досягнення бажаного соціально-економічного результату і т. д., тобто завдань, які пов'язані з управлінням туристичними ресурсами на рівні регіону.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Вченими-економістами приділяється суттєва увага дослідженню проблем регулювання та стимулювання розвитку туристичної сфери. Зокрема слід відзначити внесок у вирішення цієї проблеми таких вчених, як Л. Агафонові, В. Азара, В. Безносюка, М. Біржакова, І. Валентюк, М. Волошина, П. Гамана, В. Євдокименка, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. , Т. Кисельова, М. Корецького, О. Короля, М. Крачила, Р. Ларіна, О. Любіцевої, М. Огієнка, Г. Папіряна, В. Сеніна, В. Сідорова, Е. Сокол, Ю. Стрельцова, Т. Ткаченка, В. Федорченка, А. Якимовича та ін. У роботах вказаних вчених здійснено глибокий аналіз стану, перспектив та чинників розвитку туристичної сфери, обґрунтовано стратегічні напрямки та механізми її розвитку. Водночас, неповною мірою залишаються дослідженими регіональні аспекти формування й функціонування механізмів розвитку туристичного бізнесу.

Формулювання цілей статті

Формулювання цілей статті проаналізувати методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту

Виклад основного матеріалу дослідження

В умовах високої конкуренції території (регіони) змушені докладати зусиль до утримання своїх позицій як на світовому, так і на внутрішньому ринках. Території мають виборювати право на володіння та придбання унікальних фахівців, необхідних інвестицій, залучення відвідувачів. Тому завданням управління розвитком територій є представлення на ринок «чогось чудового або унікального продукту чи території» [3]. Така «унікальність» території має стати базисом для забезпечення конкурентоспроможного становища на ринку і позитивного іміджу регіону.

Безпосереднє відношення до створення турпродукту має регіон (туристський центр), де розташовані туристські ресурси та інфраструктура туризму. Саме ресурси та підприємства регіону, що виробляють турпослуги, дозволяють створити основу турпродукту – базис для його формування. Якби не було б і діяльності туроператорів. Регіон має свій інтерес та свою позицію у формуванні турпродукту. Тому з метою об'єктивного формування поняття турпродукту необхідно враховувати позицію регіону щодо цього питання.

У цьому аналізі використовується термін «регіон», проте окремі туристологи використовують термін туристична територія чи акваторія. Так, М. Б. Біржаков[4] дає цьому терміну таке визначення: «це вид комплексного туристського ресурсу – географічно визначене місце концентрації найбільш цінних туристських ресурсів, а також об'єктів туристського інтересу, що виділяється у складі туристського регіону із зазначенням у реєстрах та кадастрах режиму пріоритетного цільового функціонування та використання з метою туризму в її межах».

Від стратегічної позиції місцевої адміністрації, активності малого та середнього бізнесу регіону залежить, чи буде створено турпродукт чи ні.

У законі України «Про туризм» [5] дається визначення туристичної індустрії – це «сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів». Наведений тут перелік об'єктів безпосередньо залежить від економіки, соціально-демографічних та політичних процесів у регіоні.

Ще більшу значущість адміністрації та господарюючих суб'єктів регіону у створенні турпродукту підкреслює визначення туристської інфраструктури, дане Кабушкіним Н. І.: «Туристська інфраструктура – сукупність шляхів сполучення (дороги, під'їзні колії, аеродроми, пристані тощо), комунікацій (водопровідна та електрична мережа, газ, телефон, центральне опалення, каналізація тощо) та місцевих установ (поштові

відділення, поліклініки та амбулаторії, перукарні, магазини, культурні установи, спортивні об'єкти), тісно пов'язані з туристським рухом та (або) необхідні для обслуговування туристських підприємств» [6].

Точніше і лаконічне формулювання інфраструктури туризму дає У. А. Квартальнов: «Інфраструктура туризму утворюється з підприємств, що випускають товари та, без яких неспроможна існувати туризм» [7]. Дане визначення вказує на пріоритетну роль регіону у створенні турпродукту.

Тобто туристська інфраструктура – це спеціальне господарсько-економічне середовище, що об'єднує галузі та підприємства, послуги та товари яких забезпечують задоволення потреб туристів.

Проте може бути категоричного твердження у тому, що тільки без інфраструктури може бути туризму: як туropolейтинг не спроможна створити турпродукт без туристської інфраструктури, і інфраструктура не спроможна реалізувати свої послуги без туropolейтинга.

Чи будь-який регіон може бути суб'єктом туристичного ринку? Дослідження, проведені в цьому напрямку, дають позитивну відповідь. Безумовні переваги мають регіони, на території яких є туристично-рекреаційні ресурси. Однак і ті регіони, в яких туризму немає, але які хочуть займатися туризмом, можуть провести аналіз наявних ресурсів і особливостей регіону, матеріально-технічних засобів складають основу в індустрії туризму, і завдяки цілеспрямованим зусиллям адміністрації, підприємців та населення регіону забезпечити розвиток у ньому туризму.

Годфрі Харріс і Кеннет Кац [8] відзначають, що в першу чергу слід провести ревізію ресурсів у регіоні, і серед об'єктів залучення туристів звернути увагу на наступні (які сьогодні використовуються лише місцевим населенням і здаються звичними і навіть звичайними і навряд чи могли б служити стимулом приїзду туристів):

- Природні ландшафти, пляжі, ліси та інші природні особливості регіону.
- Особлива атмосфера, що виникає завдяки відомим історичним фактам.
- Сприятливі природні умови для різних видів спорту або особливі лікувальні ресурси, виявлені поблизу.
- Ресторан, що окремо стоїть, відомий за переказами замок (масток) переобладнаний у готель або якусь незвичайну рукотворну споруду.
- Переважна сільськогосподарська продукція, відоме промислове підприємство або важлива корпоративна будівля.
- Музеї умільців краю, обряди, свята, народні гуляння та інше.

Названі особливості майже всі є у будь-якому регіоні. І в разі вмілої організації, формування сприятливого іміджу регіону, націленості економіки на розвиток туризму будь-який куточок країни може стати унікальним туристським центром. А туризм, у свою чергу, сприятиме соціально-економічному підйому та розвитку регіону, підвищенню його рівня життя та розвитку соціальної інфраструктури.

Адже не випадково туристологи, проводячи класифікацію туристських ресурсів, ділять їх умовно дві групи – первинні і вторинні. До першої групи належать історично відомі унікальні ресурси (природні та історико-архітектурні ансамблі, маршрути), а до вторинних – створені працею людини на основі вивчених особливостей регіону та потреб туриста ресурси.

Туристично-рекреаційні ресурси регіону – це сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську) [9].

Годфрі Харріс вказує, що наступним етапом (або паралельно) має проводитися робота з інформування потенційних клієнтів: «Велика більшість відвідувачів не будуть навіть розглядати можливість відвідування нової області, якщо на початку вони не зможуть знайти велику інформацію про дане місце». Це твердження ще раз підкреслює роль фахівців з маркетингу та PR на етапі впровадження на ринок нового туристського товару: «Від спеціалістів з маркетингу залежить – скільки людей приїде в регіон, а від спеціаліста з PR – чи прийдуть люди у регіон».

Ну а для тих регіонів, у яких об'єкти туристичного показу мають міжнародну популярність не займатися туризмом, просто не можна, оскільки якщо туристичні ресурси не експлуатуються, то вони завдають регіону збитків, оскільки об'єкти туристично-рекреаційних ресурсів знаходяться на бюджетному фінансуванні. Туристично-рекреаційні ресурси можуть бути віднесені як до національних, так і до міжнародних надбань. У разі контроль за їх станом здійснює спеціальна комісія ООН. На підтримку ресурсних об'єктів у нормальному стані, їхню реставрацію, реконструкцію та інші роботи витрачаються чималі кошти. А об'єкт при цьому може бути не тільки самокупним, а й приносити значний дохід регіону, сприяти його економічному розвитку та вирішувати інші завдання, що функціонально притаманні туризму в цілому.

Проведене дослідження показує, що з туристичного регіону основу турпродукту становлять туристично-рекреаційні ресурси, є зазвичай його візитною карткою. Саме ресурси визначають вид туризму, реалізованого у регіоні, отже і специфіку його інфраструктури. Вид туризму визначає систему комунікації, спектр туристських послуг та товарів. Так, якщо регіон має лікувально-оздоровчі бальнеологічні ресурси, то в системі створення інфраструктури присутній курортно-лікувальний напрямок: засобами розміщення є

санаторії, здравниці та інші об'єкти лікувального профілю; специфічно формується індустрія харчування та система дозвілля. Комплекс основних та додаткових послуг у турпродукті матиме найбільшу питому вагу послуг медичного профілю.

Структура туристського продукту з позиції регіону має також три рівні (рис. 1).



Рис. 1. Структура туристського продукту з позиції туристського регіону

Перший рівень, що визначає основу турпродукту – туристські ресурси чи об'єкти залучення туристів у регіон. Цей рівень за змістом та значущістю збігається з основою турпродукту з позиції туриста та туроператора.

Другий рівень – туристська інфраструктура, підприємства та організації, що створюють послуги та роботи, необхідні для реалізації туристських потреб. При цьому немає поділу між підприємствами та організаціями на основні та додаткові, тому що будь-яке підприємство в системі інфраструктури виконує свою функцію, без реалізації якої не може бути інфраструктурного комплексу в цілому.

Третій рівень – політичні, соціально-демографічні умови, безпека регіону. Тобто те середовище, в якому створюється і реалізується турпродукт конкретного регіону.

Для туриста та туроператора цей третій рівень не оцінюється як товар. Ці умови (середовище туризму) є природними. Без оптимізації цих умов у турцентрі неможлива сама реалізація туризму. А регіон повинен розробляти і впроваджувати стратегії зі створення сприятливого туристського середовища.

Таким чином, за аналізом позицій туриста, туроператора та туристського регіону у структурі турпродукту збігаються два рівні:

I – туристичні ресурси;

II – послуги та товари підприємств туристичної інфраструктури. Ієрархія рівнів також збігається.

Конкурентоспроможність туристичного продукту конкретного регіону чи країни не завжди можливо визначити через цінове чи якісне порівняння з аналогічною продукцією конкурентів у зв'язку з унікальними характеристиками кожного туристського продукту, наявністю великої кількості зовнішніх факторів та специфікою туристських ресурсів.

Комплекс умов та характеристик, що виникають при організації конкретного турпродукту, повинен найкраще задовольняти різноманітні потреби певних сегментів споживачів за вартістю, порівнянню з цінністю даного турпродукту для конкретних споживачів.

Саме конкурентоспроможний турпродукт, за правильної комбінації факторів, дозволяє перейти від підходу до туризму через пропозицію (туристський регіон) для формування туристського продукту через конкретного споживача, тобто попит.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підхід з погляду привабливості дозволяє ефективно розвивати територію, тобто виробляти ті товари та надавати послуги, які найбільше будуть затребувані туристами, які відвідують цю дестинацію. Це дозволить приймати правильні управлінські рішення щодо залучення інвестицій у розвиток не просто інфраструктури регіону, будувати не просто засоби розміщення, розваги і т.п., а вкладати їх цілеспрямовано, відповідно до потреб, з тією привабливістю, завдяки якій більшість туристів відвідує дестинацію. В цьому випадку системний підхід в управлінні туристичними територіями матиме великий синергетичний ефект і значно підвищувати конкурентоспроможність територій як туристичних дестинацій.

Література

1. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. Чернігів : ЧДТУ, 2011. № 4 (54). С. 147–155.
2. Садков В.Г. Оценка уровня инновационности экономики и ключевые направления формирования целостной многоуровневой национальной инновационной системы. Инновационная экономика. 2006. № 1. С. 49–53.
3. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб : Стокгольмская школа экономики в СанктПетербурге, 2005. 390 с.
4. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб : «Издательский дом Герда», 2007. 320 с.
5. Закон України «Про туризм». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
6. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Минск : БГЭУ, 1999. 644 с.
7. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма. М. : «Финансы и статистика», 2004. 368 с.
8. Харрис Годфри, Кац Кеннет М. Стимулирование международного туризма в XXI веке. М. : Финансы и статистика, 2000.
9. Скляр Г. П. та ін. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 2(48). С. 157–162.

References

1. Kalchenko O. Teoretychni aspekty innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv turystychnoi haluzi. [Theoretical aspects of innovation activity of tourism enterprises.] Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu : zb. nauk. prats. Chernihiv : ChDTU, 2011. № 4 (54). S. 147–155.
2. Sadkov V.H. Otsenka urovnia ynnovatsyonnosti ekonomyky y kliuchevye napravleniya formyrovanyia tselostnoi mnohourovnevoi natsyonalnoi ynnovatsyonnoi systemy [Assessment of the level of innovativeness of the economy and key directions for the formation of an integral multi-level national innovation system]. Ynnovatsyonnaia ekonomyka. 2006. №1. S. 49-53.
3. Kotler, F., Asplund, K., Rein, Y., Khaider, D. Marketynh mest. Pryvlechenye ynvestytysi, predpriyatiy, zhytelei y turystov v horoda, kommuny, rehyony y strany Evropy. SPb.: Stokholmskaia shkola ekonomyky v SanktPeterburhe, 2005. 390 s.
4. Byrzhakov M. B. Vvedeniye v turizm. SPb: «Yzdatelskiy dom Herda», 2007. 320 s.
5. Zakon Ukrainy «Pro turizm». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr#Text>
6. Kabushkyn N. Y. Menedzhment turызma. Mn.: BHEU, 1999. 644 s.
7. Zoryn Y. V., Kvartalnov V. A. Entsyklopediya turызma. M.: «Fynansy i statystyka», 2004. 368 s.
8. Kharrys Hodfry, Kats Kennet M. Stymulyrovanye mezhdunarodnoho turызma v XXI veke. M.: Fynansy y statystyka, 2000.
9. Skliar H. P. ta in. Statystychni pokaznyky rozvytku sfery turызmu v Ukraini: napriamy udoskonalennia ta harmonizatsiia z mizhnarodnymy standartamy. Ekonomichnyi visnyk Donbasu. 2017. № 2(48). S. 157-162.

Людмила ЛАРКА

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

<https://orcid.org/0000-0002-8184-5464>

e-mail: assorti2342@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

У статті проаналізовано вплив карантинних обмежень, які вплинули на специфіку організації проведення маркетингових досліджень. Визначено, що в умовах пандемії COVID-19 більшість маркетингових досліджень проводять із застосуванням інтернет технологій. Систематизовані переваги дистанційної роботи зі споживачами продукції підприємства. Визначено актуальні види маркетингових досліджень, які найчастіше проводять в режимі он-лайн. Сформульовані ключові проблеми організації та проведення маркетингових досліджень в умовах пандемії та запропоновані шляхи їх вирішення. Визначено, що основними проблемами при організації проведення маркетингових досліджень в умовах пандемії є складність перевірки достовірності інформації, неможливість забезпечення абсолютної конфіденційності респондентів, складність забезпечення репрезентативності вибірки, відсутність можливості консультування під час заповнення анкети, залежність від провайдера, недостатній рівень цифрової компетентності респондентів.

Ключові слова: маркетингові дослідження; вибірка; планування; організація; маркетингова інформаційна система; респондент; анкетування.

Ludmila LARKA

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

PROBLEMS OF ORGANIZATION OF MARKETING RESEARCH IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC

The impact of quarantine restrictions that have affected the specifics of the organization of marketing research is shown. It has been determined that in the context of the COVID-19 pandemic, most marketing research is conducted using Internet technologies. In the conditions of the pandemic, the forms of marketing research have changed. Emphasis is shifting to more active use of Internet marketing opportunities to implement a marketing research plan. Problems of organizing and conducting marketing research are directly related to the management of marketing activities and adaptation of the enterprise to the environment, which is characterized by a high degree of uncertainty. The aim of the article is to study and systematize the key issues of marketing research, taking into account the quarantine restrictions caused by the COVID-19 pandemic. Advantages of remote work with consumers of enterprise products are systematized. The advantages of remote work with consumers are increasing the speed of data processing and interpretation of research results, the possibility of simultaneous work with respondents, the possibility of a more complete geographical coverage of respondents, improving the quality of the questionnaire by adding questions with multimedia components, saving the marketing budget by reducing the cost of marketing research. Relevant types of marketing research are identified, which are most often conducted online. The main types of marketing research conducted with the help of Internet resources are determining the profile of consumers, market research, corporate image research, diagnosing brand value, analysis of consumer satisfaction with the range and parameters of product, evaluating the effectiveness of the advertising campaign, testing of pricing policy, study of the competitive environment of the enterprise. The key problems of organizing and conducting marketing research in a pandemic and formulated ways to solve them are given. In a pandemic, the struggle for the consumer is greatly intensified, so the company's marketing strategies should be as consistent with the overall development strategy, and the timeliness of adjustment of the strategic set is provided by marketing research, which allows diagnosing key changes in consumer behavior in markets.

Keywords: marketing researches; sample; planning; organization; marketing information system; respondent; questionnaire.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Ведення бізнесу в умовах пандемії COVID-19 значно ускладнилося. Якщо раніше моніторинг зовнішнього середовища відбувався за певним налагодженим алгоритмом, то нові виклики обумовлюють необхідність адаптації цього алгоритму до карантинних умов. Оскільки підприємство є відкритою соціально-економічною системою, його успішне функціонування безпосередньо залежить від своєчасного діагностування змін у ставленні споживачів до асортиментного ряду продукції підприємств, активності конкурентів, кон'юнктури ринку. Ефективним інструментарієм для досягнення цієї мети є проведення маркетингових досліджень. В умовах пандемії змінилися форми проведення маркетингових досліджень. Акценти зміщуються на більш активне застосування можливостей інтернет-маркетингу для реалізації плану маркетингових досліджень. Проблематика організації та проведення маркетингових досліджень безпосередньо пов'язана із питаннями управління маркетинговою діяльністю та адаптації підприємства до середовища, яке характеризується підвищеним ступенем невизначеності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання дослідження впливу пандемії розкриті у роботах Тер-Карапетянц Ю. М. [1], Васильців Н. М. [2], Коренюк П. І., Попової О. М., Коренюк З. П. [3], Кириченко Н. В., Алещенко Л. О. [4].

Підвищення ролі цифрових технологій в дослідженні поведінки споживачів в умовах пандемії висвітлюються у роботах Росохатої А., Летуновської Н., Маєрської В., Кропиви В. [5], Козицької Г. В., Сергєєва І. А. [7], Ваврик А. Б. [8], Красовської О. Ю. [9]. Аспекти дослідження лояльності споживачів систематизовані у роботах Шевченко В. М., Мішустіної Т. С., Бондаренко А. А. [10], Пряхіної К. А. [11] та Божок А. [12].

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень стосовно організації маркетингової діяльності в умовах пандемії COVID-19, відкритими залишаються питання виявлення проблем організації маркетингових досліджень за допомогою інтернет-технологій. Зокрема, подальшого дослідження потребують аспекти реалізації плану маркетингових досліджень за допомогою дистанційних технологій.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження та систематизація ключових проблем організації маркетингових досліджень з урахуванням карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-19.

Виклад основного матеріалу

Характерною особливістю бізнес-середовища за умов пандемії є підвищення ступеню невизначеності через складність прогнозування масштабів поширення вірусу. Незважаючи на значне ускладнення ведення господарської діяльності підприємств за умов карантинних обмежень, маркетингова діяльність є тим інструментом, який дозволить мінімізувати підприємницькі ризики. Виходячи з цього, підвищується значення маркетингових досліджень у підвищенні ефективності маркетингової діяльності в умовах пандемії COVID-19.

Слід зазначити, що не зважаючи на форму проведення (он-лайн чи офф-лайн), планування маркетингових досліджень повинно починатися із виявлення проблеми та цілей дослідження, розроблення гіпотез, які повинні бути або підтвержені, або скасовані результатами дослідження, розроблення плану дослідження. Разом з тим, організація проведення маркетингових досліджень в нових умовах має певну специфіку. В умовах пандемії стратегічного значення набуває он-лайн комунікація з постачальниками маркетингової інформації. За статистичними даними лише під час першого тижня карантину кількість користувачів соціальних мереж Facebook, Instagram та час їх сесій зросли приблизно втричі [2, с. 72].

При проведенні онлайн кабінетних досліджень інформативними будуть лайки, поширення, он-лайн відгуки. Поширення інтернет-торгівлі в умовах пандемії сприяє розвитку довірчих відносин між покупцем та продавцем, оскільки за таких умов у споживача відсутня можливість наочно перевірити якість товару і він приймає рішення про покупку, виходячи із репутації виробника. Все це потрібно урахувувати при організації проведення маркетингових досліджень. Також слід мати на увазі, що ключові параметри поведінки споживачів зазнали змін. Доходи споживачів скоротилися через зменшення ділової активності більшості компаній, збільшився час на прийняття рішення про покупку, підвищилася активність споживачів в інтернеті. В умовах пандемії збирання інформації здійснюється переважно з використанням можливостей інтернет. Перевагами дистанційної роботи зі споживачами є:

- підвищення швидкості оброблення даних та інтерпретації результатів дослідження;
- можливість одночасної роботи з респондентами;
- можливість більш повного географічного охоплення респондентів;
- підвищення якості анкети за рахунок додавання питань з мультимедійними компонентами;
- економія маркетингового бюджету за рахунок скорочення витрат на проведення маркетингового дослідження [7].

Основними видами маркетингових досліджень, які проводять за допомогою інтернет-ресурсів є:

- визначення профілю споживачів, дослідження кон'юнктури ринку;
- дослідження корпоративного іміджу;
- діагностування цінності бренду;
- аналіз задоволеності споживачів асортиментом та параметрами продукції;
- оцінювання ефективності рекламної кампанії;
- тестування цінової політики;
- дослідження сил конкурентного середовища підприємства.

Сформулюємо основні проблеми підприємства при організації проведення маркетингових досліджень в умовах пандемії COVID-19:

- складність перевірки достовірності інформації щодо особистих даних респондентів;
- відсутність можливості консультування під час заповнення анкети;
- неможливість забезпечення абсолютної конфіденційності респондентів (через можливість визначення їх IP-адрес);
- складність залучення респондентів для участі у опитуванні без реклами сайту, на якому проводиться опитування;

- можливість призупинення опитування через нестабільну роботу провайдера;
- складність забезпечення репрезентативності вибірки;
- невідповідність поведінки споживачів у віртуальному та реальному світі;
- недостатній рівень цифрової компетентності респондентів;
- «плинність» учасників форумів та чатів;
- обмеженість технічних можливостей типом програмного забезпечення респондента;
- складність виявлення повторної участі у опитуванні респондентів;
- обмеженість кількості питань в анкеті, що обумовлено прагненням економії часу респондента на заповнення анкети.

Для вирішення наведених вище проблем доцільно аналізувати відповідність контенту персональному профілю споживача, уточнювати термінологію в анкетах, щоб вона була зрозумілою для респондентів, передбачити наявність діалогового вікна для отримання консультацій під час заповнення анкети, використовувати можливості соціальних мереж та «сарафанного радіо» для сповіщення про можливість анкетування, розробити прості та зрозумілі інструкції для заповнення анкети. Для вирішення проблеми забезпечення репрезентативності вибірки можна створювати власну он-лайн панель компанії, учасники якої залучаються за допомогою порталів, де представлена різноманітна аудиторія споживачів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В результаті проведеного аналізу можна відзначити, що організація проведення маркетингових досліджень в умовах пандемії COVID-19 супроводжується комплексом проблем, які пов'язані із особливостями роботи у середовищі інтернет. Виявлені проблеми стосуються забезпечення репрезентативності вибірки, залучення споживачів до проходження анкетування, технічними обмеженнями. Маркетингові дослідження за умов карантинних обмежень мають свою специфіку, але не втрачають провідну роль у забезпеченні маркетингової інформаційної системи підприємства актуальною та достовірною інформацією, що дозволяє менеджменту підприємства своєчасно адаптувати товарну, цінову, збутову та комунікаційні політики до нових ринкових умов. В умовах пандемії боротьба за споживача значно посилюється, тому маркетингові стратегії підприємства повинні бути максимально узгоджені із загальною стратегією розвитку підприємства, причому своєчасність коригування стратегічного набору забезпечується саме за результатами маркетингових досліджень, застосування яких дозволяє діагностувати ключові зміни у поведінці споживачів, вчасно реагувати на дії конкурентів на ринках збуту тощо. Перспективним напрямом дослідження в сфері організації проведення маркетингових досліджень в умовах пандемії є аудит можливостей та загроз зовнішнього середовища, сильних та слабких сторін внутрішнього середовища за допомогою методології SWOT-аналізу, що дозволить оцінити сукупний вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та обґрунтувати подальші сценарії розвитку маркетингової діяльності підприємства. Для перевірки, наскільки повно реалізовані цілі маркетингових досліджень на підприємстві доцільно застосовувати методологію SMART-оцінювання цілей, що реалізує принципи системності та комплексності. Крім того, важливим є моніторинг економічної ефективності маркетингових заходів підприємства, у тому числі проведення маркетингових досліджень, шляхом порівняння величини прирощення прибутку підприємства внаслідок проведення маркетингового дослідження до бюджету цього дослідження.

Література

1. Тер-Карпетянц Ю. М. Вплив кризи на маркетингову діяльність підприємств / Ю. М. Тер-Карпетянц // *Ефективна економіка*. – 2020. – № 3. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/64.pdf – (Дата звернення 09.04.2020).
2. Васильців Н. М. Застосування маркетингових комунікацій у період пандемії COVID-19 / Н. М. Васильців // *Інфраструктура ринку*. – 2020. – № 47. – С. 71–75.
3. Коренюк П. І. Особливості маркетингової діяльності в сучасних умовах пандемії / П. І. Коренюк, О. М. Попова, З. П. Коренюк // *Український журнал прикладної економіки*. – 2020. – Том 5. – № 4. – С. 43–50.
4. Кириченко Н. В. Сучасний стан та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в епоху пандемії COVID-19 / Н. В. Кириченко, Л. О. Алещенко // *Ефективна економіка*. – 2021. – № 12. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9750> – (Дата звернення 09.04.2020).
5. Росохата А. Поведінка споживачів у цифровому середовищі під впливом пандемії COVID-19: важливість фактору здоров'я та транспарентності бізнесу / А. Росохата, Н. Летуновська, В. Макерська, В. Кропива // *Вісник економіки*. – 2021. – № 3. – С. 98–109.
6. Анічкіна І. О. Організація контролю якості маркетингової інформації при проведенні маркетингових досліджень / І. О. Анічкіна, Л. С. Ларка // *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD 2018, [16-18 травня 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПИ", 2018. – С. 84.

7. Козицька Г. В. Розвиток маркетингових інтернет-досліджень в умовах глобалізації економічного простору / Г. В. Козицька, І. А. Сергєєв // *Ефективна економіка*. – 2017. – № 7. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5688> – (Дата звернення 09.04.2020). – Назва з екрана.

8. Ваврик А. Б. Методи та інструменти інтернет-маркетингу / А. Б. Ваврик // *Науковий вісник Ужгородського національного університету : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. – № 22(1). – С. 44–47.

9. Красовська О. Ю. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент комунікації підприємства / О. Ю. Красовська // *Проблеми системного підходу в економіці*. – 2018. – № 1(63). – С. 67–71.

10. Шевченко В. М. Дослідження споживчих переваг і лояльності споживачів для досягнення маркетингових цілей компанії / В. М. Шевченко, Т. С. Мішустіна, А. А. Бондаренко // *Академічний огляд*. – 2019. – № 2(51). – С. 69–78.

11. Пряхіна К. А. Сучасні тенденції маркетингових досліджень / К. А. Пряхіна // *Ефективна економіка*. – 2020. – № 12. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/113.pdf – (Дата звернення 09.04.2020).

12. Божок А. Тенденції цифрового маркетингу: інструменти залучення споживачів / А. Божок // *Проблеми і перспективи економіки та управління*. – 2020. – № 4(24). – С. 27–32.

References

1. Ter-Karapetyants Yu. M. Influence of crisis on marketing activity of enterprises / Yu. M. Ter-Karapetyants // *Effective economy*. 2020. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/64.pdf

2. Vasylytsiv N. M. Application of marketing communications in the period of the COVID-19 pandemic / N. M. Vasylytsiv // *Market Infrastructure*. – 2020. – № 47. – P. 71 – 75.

3. Korenyuk P.I. Peculiarities of marketing activity in modern conditions of the pandemic / P.I. Korenyuk, O. M. Popova, Z.P. Korenyuk // *Ukrainian Journal of Applied Economics*. – 2020. – Volume 5. – № 4. – P. 43 – 50.

4. Kirichenko N. V. Current state and prospects of Internet marketing development in the era of the COVID-19 pandemic / N. V. Kirichenko, L. O. Aleshchenko // *Effective economy*. – 2021. – № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9750>

5. Rosokhata A. Consumer behavior in the digital environment under the influence of the COVID-19 pandemic: the importance of health and transparency of business / A. Rosokhata, N. Letunovska, V. Makerska, V. Kropyva // *Visnyk ekonomiky*. – 2021. – № 3. – P. 98 – 109.

6. Anichkina I. O. Organization of quality control of marketing information in conducting marketing research / I. O. Anichkina, L. S. Larka // *Information technology: science, technology, education, health: thesis add. 26th International scientific-practical conf. MicroCAD 2018, [May 16-18, 2018]: at 4 p.m. Part 3 / ed. E. I. Sokol*. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2018. – P. 84.

7. Kozytka G.V. Rozvytok marketingovykh internet-doslidzen v umovakh globalizatsii ekonomichnoho prostoru / G. V. Kozytka, I. A. Sergeev // *Efektyvna ekonomika*. – 2017. – № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5688>

8. Vavryk A. B. Methods and tools of Internet marketing / A. B. Vavryk // *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University: International Economic Relations and World Economy*. 2018. – № 22 (1). – P. 44 – 47.

9. Krasovska O. Y. Internet-marketing as a modern tool of enterprise communication / O. Y. Krasovska // *Problems of system approach in economics*. – 2018. – № 1 (63). – P. 67 – 71.

10. Shevchenko V. M. Research of consumer preferences and consumer loyalty for achievement of marketing goals of the company / V. M. Shevchenko, T. S. Mishustina, A. A. Bondarenko // *Academic review*. – 2019. – № 2 (51). – P. 69 – 78.

11. Pryakhina K. A. Modern trends in marketing research / K. A. Pryakhina // *Effective economics*. – 2020. – № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/113.pdf.

12. Bozhok A. Tendencies of digital marketing: tools for attracting consumers / A. Bozhok // *Problems and prospects of economics and management*. – 2020. – № 4 (24). – P. 27 – 32.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-9>

УДК 378.6

Наталія ПАНЬКІВ

Національний університет "Львівська політехніка"

<https://orcid.org/0000-0002-9057-9612>e-mail: pankiv.natalia@gmail.com

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГЕРОІКО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

В сучасних умовах війни в Україні, коли країна ціною життя та зусиллями українських військових, добровольців, волонтерів відстоює свободу і територіальну цілісність, пріоритетного значення набуває національно-патріотичне виховання. Тому, у статті ми проаналізували основні види ресурсів, які використовуються при організації героїко-патріотичних турів у **Карпатському регіоні України** та їх значення для патріотичного виховання молоді. **Львівська область** належить до регіонів України, де є найсприятливіші можливості розвитку героїко-патріотичного туризму. В області є значна кількість героїко-патріотичних ресурсів, загалом, понад 170. Серед усіх видів героїко-патріотичних ресурсів, найбільшу частку займають пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби, поховання знаходяться на другому місці, пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками займають третю позицію, музеї та музейні експозиції займають четверту позицію та об'єкти військової інфраструктури (криївки) за кількістю знаходяться на четвертому місці. **Закарпаття**, з огляду на історичні особливості становлення, також має значні ресурси для розвитку героїко-патріотичного туризму. До скарбниці культурної спадщини Закарпатської області належать пам'ятки археології, історії, архітектури та монументального мистецтва. **Івано-Франківщина** також має велику кількість матеріальних і духовних пам'яток, зокрема музеїв. За результатами досліджень, на території області виявлено близько 170 об'єктів героїко-патріотичного туризму. У **Чернівецькій** області є велика кількість музеїв та меморіальних місць, пов'язаних з життям і творчістю видатних діячів науки і культури Буковини та Європи. Серед героїко-патріотичних ресурсів Буковини важливе значення мають поховання та музеї. Всього на території Карпатського регіону виявлено понад 600 туристичних об'єктів, серед яких найчисленнішими є поховання та пам'ятки і пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками. Зокрема, значний інтерес для туристів становлять музеї та об'єкти військової інфраструктури, найбільшу їх кількість виявлено у Львівській та Івано-Франківській областях.

Ключові слова: національно-патріотичне виховання, героїко-патріотичний туризм, туристичні ресурси, Карпатський регіон.

Natalia PANKIV

Lviv Polytechnic National University

ANALYSIS OF TOURIST POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF HEROIC-PATRIOTIC TOURISM IN THE CARPATHIAN REGION OF UKRAINE

In the current conditions of the war in Ukraine, when the country is at the cost of living and the efforts of the Ukrainian military, volunteers, volunteers defend freedom and territorial integrity, national-patriotic education becomes a priority. Therefore, in this article, we have analyzed the main types of resources used in the organization of heroic and patriotic tours in the Carpathian region of Ukraine and their importance for the patriotic education of youth. Lviv region belongs to the regions of Ukraine where there are the most favorable opportunities for the development of heroic and patriotic tourism. The region has a significant number of heroic and patriotic resources, in total, more than 170. Among all types of heroic and patriotic resources, the largest share is occupied by monuments and memorial sites associated with prominent figures of the national liberation struggle, burials are in the second places, monuments and memorials associated with significant historical events and their participants occupy the third position, museums and museum exhibits occupy the fourth position and military infrastructure (hiding places) in number are in fourth place. Transcarpathia, given the historical peculiarities of its formation, also has significant resources for the development of heroic and patriotic tourism. The treasury of cultural heritage of the Transcarpathian region includes monuments of archeology, history, architecture, and monumental art. Ivano-Frankivsk region also has a large number of material and spiritual monuments, including museums. According to research, about 170 objects of heroic and patriotic tourism have been identified in the region. Chernivtsi region also has a large number of museums and memorial sites associated with the life and work of prominent figures of science and culture of Bukovina and Europe. Burials and museums are important among the heroic and patriotic resources of Bukovina. In total, more than 600 tourist sites have been discovered in the Carpathian region, among which the most numerous are burials and monuments, and memorial sites associated with significant historical events and their participants. In particular, museums and military infrastructure are of great interest to tourists, the largest number of them were found in Lviv and Ivano-Frankivsk regions.

Keywords: national-patriotic education, heroic-patriotic tourism, tourist resources, Carpathian region.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

У сучасних умовах війни на сході України, розпочатої російськими військами, які вторглися у квітні 2014 року на територію українського Донбасу та після захоплення Російською Федерацією Криму війна тривала 8 років у "гібридному" стані до моменту, коли 24 лютого 2022 року відбулось широкомасштабне вторгнення російської армії в Україну! В таких умовах, особливо важливим є патріотичне виховання молоді, яке сприяє формуванню почуття патріотизму, любові до свого народу, його історії, культурних та історичних цінностей, важливою складовою якого, після завершення війни, має стати організація туристичних подорожей, які передбачають використання героїко-патріотичних ресурсів регіонів країни.

“Патріотизм – основа духовного становлення громадянина”, – писав В.О. Сухомлинський. На сучасному етапі українського державотворення надзвичайно актуальною є проблема виховання у молодого покоління патріотичних почуттів, активної громадянської позиції, сприяння усвідомленню свого громадянського обов’язку на основі національних і загальнолюдських духовних цінностей.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є аналіз основних видів ресурсів, які використовуються при організації героїко-патріотичних турів у Карпатському регіоні та їх значення для патріотичного виховання молоді, а також дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку героїко-патріотичного туризму в Україні на прикладі Карпатського регіону. **Об’єктом** дослідження є героїко-патріотичний туризм і його розвиток в Карпатському регіоні. **Предметом** дослідження є туристичний потенціал Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей Карпатського регіону та його використання для розвитку героїко-патріотичного туризму.

Методи дослідження

Для обґрунтування основних положень дослідження й розв’язання поставлених завдань застосовані теоретичні методи: аналіз, систематизація, класифікація та узагальнення. Результати дослідження можуть бути використані органами влади та місцевого самоврядування для розвитку туристичної діяльності на основі героїко-патріотичних ресурсів регіону задля його популяризації на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг.

Аналіз досліджень та публікацій

Героїко-патріотичний туризм є достатньо новим видом туризму, який охоплює низку понять, зокрема, військово-історичний, військово-патріотичний, патріотичний і т.д. Ці види туризму виділяли такі вчені, як М. Кляп, Ф. Шандор, І. Голибороди та ін. Сучасні дослідження героїко-патріотичного туризму пов’язані з роботами Каднічанського Д., Карась Г.К., Скутар Т.Д., Кучинської І.В., Дорош Ю.С., Аніпко Н. та ін. Зокрема, у роботі Кучинської І.В., Дорош Ю.С. [18] авторами запропоновано вживати термін “героїко-патріотичний туризм як різновид культурно-пізнавального (а саме історичного) туризму, що охоплює подорожі власною країною, з метою відвідання пам’яток та пам’ятних місць, пов’язаних із історією національно-визвольної боротьби, героїчними подіями та постатями минулого. І спрямований на підвищення почуття патріотизму. За своєю сутністю цей вид туризму спрямований в першу чергу на внутрішніх туристів” [18]. Ми у статті проаналізували основні види ресурсів, які використовуються при організації героїко-патріотичних турів у Карпатському регіоні України та їх значення для патріотичного виховання молоді.

У сучасних умовах війни в Україні, коли країна ціною життя та зусиллями українських військових, добровольців, волонтерів відстоює свободу і територіальну цілісність, пріоритетного значення набуває національно-патріотичне та військово-патріотичне виховання молоді, підвищення національної свідомості та знань про історію національно-визвольної боротьби українського народу. З огляду на це, особливо актуальним є оцінка туристичного потенціалу для розвитку героїко-патріотичного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу

Тож, розглянемо тенденції розвитку героїко-патріотичного туризму на прикладі **Карпатського регіону** (до складу якого входять чотири області Західної України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька), який на туристичній карті України поступово набуває образ привабливого туристично-рекреаційного регіону, який має великі перспективи розвитку. І розпочнемо ми з **Львівської області**, яка належить до регіонів України, де є найсприятливіші можливості розвитку героїко-патріотичного туризму. Зумовлено це, передусім, тривалою боротьбою за волю, незалежність та самостійність України. В області є населені пункти, в яких знаходиться значна кількість героїко-патріотичних ресурсів, загалом понад 170 [18].

Серед пам’яток культурної спадщини національного значення Львівської області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам’яток України є пам’ятка історії, архітектури, містобудування – Ансамбль оборонних споруд Цитадель – місце концентраційного табору “Шталаг-328” та ціла низка пам’яток історії: місце поховання книгодрукаря Івана Федорова, Будинок, у якому жив письменник, поет, вчений і громадський діяч І. Я. Франко та його могила, Могила живописця і художнього критика І. І. Труша, гробниця, в якій похований поет М. Шашкевич, Комплекс пам’яток “Личаківський цвинтар” у м. Львів, а також низка пам’яток на території усіх районів області. Зокрема, пам’ятка історії – місце падіння літаків після першого в світі повітряного тарану у с. Глинськ (Жовківського р-ну), пам’ятка історії, монументального мистецтва – Меморіал Українських Січових Стрільців с. Головецько, гора Маківка (Сколівського р-ну) та багато інших [40].

Серед усіх видів героїко-патріотичних ресурсів, найбільшу частку займають пам’ятники та пам’ятні місця, пов’язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби — понад 30 % із загальної

структури. Найвідомішими із цієї категорії є пам'ятники С. Бандери у різних населених пунктах, пам'ятники Р. Шухевичу (с. Білогорща, смт Краковець), Є. Коновальцю (с. Зашків, м. Жовква), Я. Стецьку (м. Стрий), В. Куку (м. Буськ) та інші. Поховання знаходяться на другому місці, близько 30 % із загальної структури. Серед найвідоміших поховань на території Львівщини є: Личаківський цвинтар, меморіальний цвинтар УСС на г. Маківка, Славська Млака та інші. Зокрема, Личаківський цвинтар меморіальне кладовище у Львові, тут знаходяться могили Д. Вітовського та Є. Петрушевича, Олени Степанів-Дашкевич ("Степанівни") та ін. У 2014 р. тут поховали чотирьох героїв із Небесної Сотні — А. Дигдаловича, Ю. Вербицького, Б. Ільківа та В. Бойківа, а також загиблих військових із зони АТО. Меморіальний цвинтар УСС на горі Маківка облаштовано на честь героїв Легіону УСС, що полягли у квітні–травні 1915 р. під час Першої світової війни. Славська Млака меморіальний цвинтар-пантеон жертвам комуністичного режиму у смт Славське, де поховано понад 100 воїнів УПА і жертв національно-визвольного руху 1940–50-х рр. Сьогодні на Млаці є два великих поховання. В першому перепоховано 18 останків, а в другому — 98 [17].

Пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками, займають третю позицію – понад 15 % від загальної кількості. Зокрема, найцікавішими та найвідомішими такими пам'ятками є меморіальні таблиці, пам'ятні знаки та дошки, які встановлені на честь конкретної події. Зокрема, у м. Львові 30 червня 1941 р. Ярослав Стецько проголосив з балкона колишнього будинку товариства "Просвіта" (пл. Ринок, 10) Акт відновлення Української Державності. Тут встановлено пам'ятну дошку на честь 50-річчя прийняття Акту. Ще один приклад — будинок Народного Дому (вул. Театральна, 22), де 1 листопада 1918 року під час т. зв. Листопадового чину було проголошено ЗУНР. Музеї та музейні експозиції займають четверту позицію – понад 10 %. На нашу думку, це найцінніші ресурси героїко-патріотичного туризму, адже, по суті, музей експонує значну кількість об'єктів, зібраних в одному місці. На території Львівщини, одними з найвідоміших музеїв є, звичайно ж, меморіальні музеї трьох провідників УПА, а саме: історико-меморіальний музей Євгена Коновальця у с. Зашків, музей генерал-хорунжого УПА Романа Шухевича у с. Білогорщі [27] та музей Степана Бандери у Дублянах. Важливе місце займають також музеї визвольної боротьби, наприклад у Львові, експозиція якого у хронологічній послідовності розкриває основні етапи боротьби за самостійну Соборну Українську Державу, і охоплює період від кінця XIX — до початку 90-х рр. XX ст. Не менш важливе значення мають музеї (музей-меморіал "Тюрма на Лонцького" у Львові), меморіальний комплекс "Борцям за волю України" у Стрию, Карпатський музей визвольної боротьби України Юрія Микольського у смт Славське та низка тематичних сільських музеїв у різних районах Львівщини. Об'єкти військової інфраструктури (криївки) за кількістю знаходяться на четвертому місці - близько 10 % у загальній структурі. Більшість криївок на території Львівщини потребує відновлення, оскільки ними довгий час ніхто не опікувався — вони перебувають у стані руйнування. Найцікавішими з погляду туризму є криївки з музейною експозицією та багатою історією. Зокрема, це: криївка-музей у с. Басівка, музей-криївка воїнів УПА у с. Гавареччина, криївка-музей у с. Сприня та інші.

У теперішніх умовах становлення України та подальшої боротьби за єдину і соборну державу виникли нові пам'ятки, пов'язані з Героями Майдану та війнами, які загинули в АТО: зокрема, це поховання Героїв Небесної Сотні, яких на території Галичини налічується 31. Хочемо відзначити, що їх використання у масовому туризмі є недоцільним; тут можливе відвідування поодинокими туристами для вшанування пам'яті, адже саме подвиг Небесної Сотні надихнув сотні тисяч українців на боротьбу з російською агресією, а відважні воїни сьогодні щодня віддають своє життя за наше мирне життя в Україні [9].

З метою подальшого розвитку в суспільстві національної свідомості, формування почуття патріотизму на засадах духовності та моральності, популяризації духовно-культурної спадщини Українського народу, а також активізації взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань у питаннях національно-патріотичного виховання було прийнято УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ № 286/2019 "Про Стратегію національно-патріотичного виховання". Одним із завдань якого є розробка проектів обласних (місцевих) цільових програм з національно-патріотичного виховання. Відповідно, до цього, в лютому 2021 року у Львові затвердили Програму національно-патріотичного виховання молоді на 2021–2025 роки. Ця програма скерована на формування патріотичної свідомості та національної гідності, вшанування Героїв Небесної Сотні, Революції Гідності, українських воїнів — учасників антитерористичної операції на сході України, волонтерів та громадян, які зробили значний внесок у зміцнення обороноздатності та збереження цілісності України [28].

А нещодавно, у січні 2022 року Львівська обласна державна адміністрація розпочала формування складу Координаційної ради з питань національно-патріотичного виховання, основними завданнями якої є сприяння здійсненню повноважень облдержадміністрації з питань національно-патріотичного виховання на території Львівської області; співпраці облдержадміністрації з громадськими об'єднаннями з питань національно-патріотичного виховання; провадженню інформаційно-просвітницької діяльності з національно-патріотичного виховання; висвітленню діяльності громадських об'єднань національно-патріотичного спрямування, центрів національно-патріотичного виховання, військово-патріотичних центрів, гуртків, клубів, структурних підрозділів молодіжних центрів, відповідальних за національно-патріотичне виховання [23].

Формуванню почуття патріотизму, любові до свого народу, його історії, культурних та історичних цінностей сприяють також **подієво-інформаційні ресурси Львівщини**. Місту Львову призначено статус

культурної столиці України, тому доцільним є проведення великої кількості культурних заходів, які становлять інтерес для туристів. Протягом року відбувається низка міських свят, зокрема: Різдвяний ярмарок; Різдво у гаю; Фестиваль “Велика коляда”; Міське свято пампуха; Фестиваль писанок; “Великдень у Львові”; Фестиваль Ніч у Львові; Свято Батяра, Фестиваль мистецтв “Літо на Ринку”, Свято кави “На каву до Львова”, “Свято Шоколаду”, Львівський міський фестиваль пива, Свято сиру і вина та інші [33].

За останні роки Львівщина поступово утверджує імідж фестивального регіону. Активно розвиваються цільові туристичні поїздки на міжнародні фестивалі: етнофестивалі “Підкамін””, “Белзька земля”, “Буг”, “Звенигород”, “Верхобуж” трьох культур; Фестиваль “Ту Стань” джазові фестивалі JazzBezFestival та Музичний фестиваль Флюгери Львова; Міжнародний Фестиваль Українського Танцю та Культури; Міжнародний Фестиваль Фольклору “Етновир”; Фестиваль “ZaxidFest”; фестиваль класичної музики “Віртуози”; Міжнародний фестиваль сучасної музики “Контрасти”; Leopold “Jazz Fest”; Міжнародний фестиваль духових оркестрів-Королівський лев; Львівський міжнародний фестиваль короткометражних фільмів-Wiz-Art; фестиваль мистецтв “Фортмісія”; Міжнародний театральний фестиваль “Золотий лев”; фестиваль ковалів “Замкові брами”; фольклорні фестивалі хорового мистецтва, Фестиваль вуличної їжі “Street Food So Good”; Фестиваль крафтового пива; Lviv Art and Wine Festival та інші [45].

Тісно поєднавши розвинутий промисловий та науково-технічний потенціали з унікальною культурою та мистецтвом, Львів став відомим центром ділових зустрічей, візитів, форумів, виставок, симпозіумів, конференцій. Не випадково саме у місті Лева у травні 1999 року відбувся Шостий саміт президентів країн Центральної та Східної Європи. Виставкові традиції Львова мають багату і славу історію. Традиції проведення виставок у Львові сягають XIX століття, коли Львів справедливо вважався одним із найбільших ярмаркових центрів. На початку XX століття була популярною в Європі Східна ярмарка. У 1923 році Львів був серед двадцяти міст-засновників Європейської асоціації організаторів виставок. Нині Львів входить до п'ятірки провідних виставкових центрів України. Щороку у Львові проводиться понад 20 міжнародних виставок та ярмарків найрізноманітніших напрямків. Особливе місце серед виставок у Львові займає Інвестиційний ярмарок в рамках Міжнародного Економічного Форуму з питань прикордонного співробітництва. Щорічно у Львові проводиться книжкова виставка-ярмарок “Форум видавців”, яка вважається найпопулярнішою серед подібних виставок в Україні. Лідерами в організації виставок є фірми: АТ “ГалЕКСПО”, виставкове бюро “Експо-бізнес-сервіс”, Львівська торгово-промислова палата, Форум видавців. Львівські виставки та форуми стали важливими заходами пропагування нашого міста як потужного промислового, культурного, туристичного центру Європи [20].

Окрім того, на Львівщині відбувається низка важливих подій, що сприяють формуванню активного ділового середовища в області, зокрема: Event Industry Forum; Форум гідів; Міжнародний Туристичний форум; Всесвітній форум медичного туризму; Дитячий форум-фестиваль Книгоманія; Львівський тиждень моди; Львівський півмарафон; Міжнародний день музеїв; Lviv Media Forum; Ethno Fashion Day; Дні європейської спадщини; Всесвітній день туризму; День гідності і свободи; Дні українського кіно та багато інших цікавих подій. Необхідну інформацію про події міст Львівщини, а також путівники та карти міст та будь-яку іншу інформацію щодо інфраструктури туризму можна отримати на сайті «Львів. Календар подій. Фестивалі» [22] та на офіційних сайтах Туристично-інформаційних центрів Львова та міст Львівської області [32].

Львів завжди вирізнявся прихильністю до традиційної української культури, саме тому святкування взимку “Різдва у Львові” огорнене тут особливим шармом. Львів'яни дбайливо бережуть старовинні звичаї та люблять нові, стилізовані під архаїчні, веселощі. Фестиваль відроджує традицію виготовлення великих (1,5 - 2 м) Різдвяних зірок, які є головним символом Різдва. Також вже традиційним для львівського Різдва є фестиваль “Велика коляда”. Уже традиційно у передвеликодній час у Львові відбувається “Фестиваль Писанок”, своєрідний арт-проект, у рамках якого відомі митці, аматори, юні майстри, громадські діячі, молодіжні рухи створюють унікальні роботи у формі Писанки, де кожна робота – це ідея, мрія та історія.

За багато років святкування у травні “Дня міста Львова” виробилось чимало гарних традицій, серед яких театралізовані вуличні постановки, забави, фестивалі. З нагоди Дня міста вулицями Львова проходить великий святковий парад, участь у якому беруть тисячі учасників, серед яких – дитячі колективи, лицарі у латах, актори на ходулях з муніципальних та аматорських театрів, оркестри, “Чудо-поїзд”, карети з ангелами, народні танцювальні колективи, представники молодіжних, спортивних, громадських організацій.

Міжнародний фестиваль музичного мистецтва “Віртуози” має тривалу історію та відоме ім'я. Ось уже 30 років впродовж останніх весняних днів львів'яни та гості міста насолоджуються перлинами світової класики різних жанрів і напрямів у віртуозному виконанні зірок класичної музики світового рівня. “LvivKlezFest” – це міжнародний фестиваль єврейської музики, пісні і танцю, який відроджує музичну культуру євреїв, зокрема тих, які мешкали в Галичині. Міжнародний open-air джазовий фестиваль “Alfa Jazz Fest” щорічно проходить у Львові на початку червня. Фестиваль яскраво заявив про себе на європейській фестивальній мапі та став знаковою культурною подією в житті України. Фестиваль органної музики “Діапазон” проходить у Львові в липні та спрямований на повернення Львову гідного звання центру

органної музики. З усіх міст України наше має найбагатші органні традиції – давній Львів конкурував з Краковом, Варшавою, Прагою, Віднем, Вільно. Міжнародний фестиваль сучасної музики “Контрасти” було засновано у Львові восени 1995 року. Відтоді, з року в рік, у цьому святі музики беруть участь все більше і більше відомих музикантів, привертаючи увагу широкої аудиторії та викликаючи щоразу більший резонанс. “Jazz Bez”, який проходить в грудні у Львові, надійно посів почесне місце у європейських джазових рейтингах.

“Леополіс Гран Прі” – це міжнародний фестиваль ретроавтомобілів, у межах якого проходить міжнародний автопробіг історичних автомобілів, автомобільний парад-карнавал та театральномований конкурс Елегантії. Головною подією є автомобільні шоу–перегони історичною трасою “Львівський трикутник”.

Нічні екскурсії стають ще однією туристичною цікавинкою Львова. Так культурне життя Львова продовжується до глибокої ночі. Традиційно у місті двічі на рік у липні та листопаді проходить промоційна акція “Ніч у Львові”. Близько 100 нічних екскурсій, театралізованих дійств, мистецьких перформансів, в музеях, театрах, галереях відбуваються для гостей та мешканців міста. Традиційно у серпні у Львові проходить “International Ukrainian Dance & Culture Festival” (Міжнародний Фестиваль Українського Танцю та Культури). Учасниками Фестивалю є ансамблі українського народного танцю з усіх куточків світу.

Святкування “Дня Незалежності у Львові” – особлива подія. Неймовірна пульсація свята відчувається у всьому – змінюється ритм міста, всі традиційно очікують вуличних постановок, мистецьких візій і, без сумніву, святкового концерту. Вже стало традицією, що у День Незалежності більшість городян вдягають вишиванки, тому вже зранку місто, як і завжди цього дня, розквітне вишуканими барвами, в яких закодовані прадавні знаки-символи на здоров'я та добробут.

Щороку у Львові відбувається у вересні “Форум видавців” – найбільший книжковий і літературний захід Центрально-Східної Європи. Це цікава, пізнавальна та книгознавча подія книжкового світу країни! “Дні європейської спадщини”, проходять щороку у вересні по всій Європі, в тому числі у Львові. Це день, коли маловідомі закриті споруди відкривають свої двері для відвідувачів, щоби розповісти таємниці, приховані за їхніми фасадами. Міжнародний театральний фестиваль “Золотий Лев на вулиці” – головна театральна подія не тільки Львова, а й усієї України. Щороку “Золотий Лев” перетворює Львів на величезну театральну сцену, дарує яскраві враження і відчуття. “Тиждень актуального мистецтва” є культурною акцією року, яка щораз привертає велику увагу до проблем сучасного мистецтва, демонструє, якими шляхами розвивається і якою мовою нині спілкується мистецтво з суспільством. “Драма.UA” – єдиний в Україні фестиваль сучасної української та європейської драматургії [19].

Архітектурні пам'ятки і археологічні знахідки, музеї і галереї, театри і концертні зали, національні традиції і обряди, ділова активність і зручні шляхи сполучення – все це робить Львів містом туризму. Місто з унікальними пам'ятками, розташоване в регіоні рідкісних екологічно чистих природно-кліматичних умов, претендує на набуття статусу туристичного центру світового значення. Місце Львова у світовому туристичному процесі визначається культурно-пізнавальним, діловим, релігійним, сентиментальним, героїко-патріотичним, науковим та іншими видами туризму [21]. Основу туристичної привабливості Львівщини з одного боку складають туристичні ресурси, як природні (кліматичні, бальнеологічні, ландшафтні, водні), так і історико-культурні (археологічні, сакральні, історичні, архітектурні, мистецькі, подієві); а з іншого — туристична інфраструктура, яка формується завдяки ефективному функціонуванню закладів готельного господарства, санаторно-курортної сфери, закладів громадського харчування, ефективно налагодженої транспортної системи, продуктивної діяльності туристичних фірм. Найбільші міста в області: Львів, Дрогобич, Червоноград, Стрий, Борислав, Самбір. По території області пролягають міжнародні комунікації, які з'єднують Україну з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, що сприяє також розвитку міжнародного туризму. Загалом, багата й унікальна історико-культурна спадщина, лікувально-оздоровчі, водні та ландшафтні ресурси формують міцне підґрунтя для розвитку на Львівщині різних видів туризму, зокрема: культурно-пізнавального, героїко-патріотичного, науково-освітнього, ділового, лікувально-оздоровчого, гірськокожного, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, етнічного, спортивно-оздоровчого та ностальгійного [36].

Наступна область нашого дослідження **Івано-Франківська** – одна з областей України, де національно-визвольний рух у 1940–1950-х рр. був наймасовішим в країні, тому, в області є велика кількість матеріальних і духовних пам'яток, зокрема музеїв. В області активно розробляються туристичні маршрути до місць, пов'язаних із визвольним рухом у минулому столітті. За результатами досліджень, на території області виявлено близько 170 об'єктів героїко-патріотичного туризму, найбільше з яких це поховання — близько 40 %, як поодинокі так і братські могили. На другому місці знаходяться пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби — понад 20 %. Окрім того, в області є значна кількість пам'ятних знаків та меморіальних дошок, присвячених відомим діячам національно-визвольної боротьби. А також пам'ятників Степану Бандері, Роману Шухевичу, Дмитру Вітовському, Ярославу Мельнику, Ярославу Стецьку та ін. Третю позицію займають пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками — понад 15 %, серед них — пам'ятні знаки у місцях боїв, символічні монументи “Борцям за волю України”, пам'ятник на честь проголошення

ЗУНР у Станіславові та ін. Четверте місце займають музеї та музейні експозиції — менше 15 %, хоча їх кількість є достатньо великою. Це — меморіальні музеї, музеї національно-визвольної боротьби та окремі експозиції у музеях історичного профілю. І останню позицію займають кривки — до 10% [18]. Серед пам'яток культурної спадщини національного значення Івано-Франківської області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України є пам'ятка історії – Меморіальний сквер, де поховані відомі культурні і громадські діячі та пам'ятка монументально о мистецтва – Пам'ятник поету Адаму Міцкевичу у м. Івано-Франківськ. Пам'ятка історії – будинок, в якому жив і працював письменник, поет, вчений і громадський діяч І.Я. Франко у с. Криворівня (Верховинського р-ну). Могили письменників В.С. Стефаника та Марка Черемшини (І.Ю. Семанюка) у Снятинському районі та ін. [40].

Багато з наявних об'єктів героїко-патріотичного туризму області включено у низку туристичних путівників, зокрема, у розроблені вісім туристичних маршрутів, пов'язаних з історією УПА, які пропонує туристичний путівник “Стежками Української Повстанської Армії”, виданий в Івано-Франківську. Це майже сотня прикарпатських населених пунктів, де є музеї, пам'ятники учасникам визвольних змагань, кривки, цвинтарі. Та видання не лише екскурсійно-довідкове і розраховане не тільки на туристів. У путівнику зібрані дані про майже сто населених пунктів Прикарпаття, пов'язані з визвольними змаганнями, 12 музеїв, численні пам'ятники борцям за волю України, могили, кривки, бункери. Кожний з восьми маршрутів – “Батьківщина Степана Бандери”, “Повстанська Бойківщина”, “Підпілля Придністровського краю” та інші – ілюстрований картою і світлинами [43]. Окрім того, у 2019 р. був підготовлений Історичний путівник “Місцями бойової слави Бойківщини” Долинщина туристична, який презентує багато інформації про місця героїчної справи, щоб заохотити до вивчення історії рідного краю молоде покоління, аби не загубилася стежка до могили полеглих героїв. В путівнику представлено 5 маршрутів, які прокладені, переважно у гористій місцевості, Карпатського краю, де відбувались події, що увійшли до героїчної спадщини українського народу [8].

Івано-Франківщина є також батьківщиною оспіваних у “Слові о полку Ігоревім” князя Ярослава Осмомисла і княгині Ярославни, дівчини-патріотки з Рогатина, що увійшла в історію під ім'ям Роксолани і як дружина султана відіграла значну роль у політичному житті Туреччини XVI ст. Тут народились керівник опришківського руху О. Довбуш, сподвижник Б. Хмельницького С. Височан, письменники І. Вагилевич, В. Стефаник, М. Черемшина, Л. Мартович, М. Підгірянка, мистецтвознавець С. Гординський, композитор А. Кос-Анатольський, художники Я. Пестрак та В. Касія, скульптори М. Бринський та Г. Крук, провідні діячі національно-визвольного руху Д. Вітовський та С. Бандера [12].

У сучасному Івано-Франківську встановлено низку пам'ятників — переважно українським національним діячам культури та історії — Іванові Франку, Степанові Бандері, Василю Стефанику тощо. У місті з багатими християнськими традиціями є також релігійні пам'ятники — статуї Пресвятої Діви Марії та Ісуса Христа. У період незалежності (від 1991 року) в місті було прибрано майже всі зразки радянської монументальної пропаганди, окрім стели на честь 40-річчя визволення міста від німецьких військ у П Світову, натомість у Івано-Франківську з'явився величний монумент Каменяря (1995), чие ім'я носить місто. Таким чином, практично всі Івано-Франківські пам'ятники належать сьогоднішньому періоду незалежної України.

Низка монументів Івано-Франківська присвячені яскравим подіям національної історії, зокрема монумент на честь проголошення столиці ЗУНР в Станіславові (2004). Цей пам'ятник, а також погруддя видатного українського бджоляра Петра Прокоповича були встановлені завдяки меценатським жертвам українського емігранта В.С. Войцюка (2010). Своєрідним меморіальним місцем, у тому числі зосередженням пам'ятників, власне надгробних, яскравих національних діячів, є колишній міський цвинтар, знаний тепер як Івано-Франківський меморіальний сквер — тут розташовані впорядковані поховання першого галицького композитора і диригента Дениса Січинського, професора лексикографа і українського мовознавця, засновника філії “Просвіти” в Станіславові (1886) Євгена Желехівського тощо. 31 грудня 2013 року в Івано-Франківську встановили перший в світі пам'ятник “Руській трійці”, а 23 травня 2019 року в Івано-Франківську встановили пам'ятник Роману Шухевичу [14].

Важливе місце серед героїко-виховних туристичних ресурсів Івано-Франківщини займає Меморіальний комплекс “ДЕМ'ЯНІВ ЛАЗ” Філіал Обласного музею визвольної боротьби імені Степана Бандери. Відкриття оновленого меморіального комплексу відбулося 11 жовтня 2009 р. На його території на місці колишніх поховань розміщені три могили, у яких 29 жовтня 1989 р. було перепоховано останки 524 жертв комуністичного режиму. У центральній частині меморіального комплексу височіє своєрідний пам'ятник закатованим жертвам — каплиця-дзвіниця. Каплиця облаштована для проведення богослужінь, які відбуваються щонеділі. У підвальному приміщенні каплиці на площі 92 м² розміщено стандартну експозицію музею [25].

Обласний музей визвольної боротьби імені Степана Бандери. Експозиція музею розташована в чотирьох залах та висвітлює історію визвольної боротьби та державотворчі процеси на території Західної України. Матеріали першого залу присвячені історії протистояння галицьких князів іноземним загарбникам, появі опришківського руху, ролі греко-католицької церкви у збереженні самобутності українського народу. Експозиція, розташована у другому залі, розповідає про створений 1914 р. Легіон УСС, що згодом стане

ядром Галицької Армії — збройної сили новоствореної ЗУНР. Окремі розділи музейної експозиції присвячені подіям, які відбувалися після поразки у визвольній боротьбі — 1918–1921 рр. Третій зал присвячений збройній боротьбі УПА, яка в умовах бездержавності вела боротьбу проти сталінського режиму. Значна увага приділяється й українському дисидентському руху [30].

Історико-меморіальний музей Олекси Довбуша. Музей відкрито у вересні 1995 р., а 1997 р. музей отримав статус державного. Експозиція створена з найцікавіших історичних матеріалів часів опришківського руху та мистецьких творів, присвячених народному месникові Олексі Довбушу. Експозиція музею побудована на матеріалах з приватної колекції відомого українського вченого-історика, професора, академіка, доктора історичних наук Володимира Грабовецького. Це оригінали і копії судових протоколів, актові матеріали з історії соціально-економічних відносин, твори поетів, прозаїків, драматургів, композиторів, художників, кіноматографістів. Музей складається з двох експозиційних залів. Цікавими експонатами в музеї є різні види зброї, одяг, окремі речі опришків та художня література про Олексу Довбуша [11].

Івано-Франківський музей визвольних змагань Прикарпатського краю було урочисто відкрито 14 жовтня 1997 року. Його співзасновниками стали Івано-Франківська обласна рада та обласне товариство “Меморіал”. Уперше за десятиліття дезінформації героїчних сторінок історії українського визвольного руху було сформовано музейну експозицію, яка розповідала про важку боротьбу українців за свою державність, розповідала вустами тих, хто пройшовши сталінські тюрми й табори проніс у своїй пам’яті героїчне минуле і не скорився.

23 травня 2004 року було відкрито *Музей визвольної боротьби у Косові*, який нещодавно став філією Івано-Франківського музею визвольних змагань. Його експозиція розповідає про участь жителів Косівщини в збройних формуваннях УПА та підпіллі ОУН. Велику увагу музей приділяє освітній роботі з молоддю. Часто організовує мандрівки, які проходить місцями, пов’язаними з героїчною боротьбою УПА. Чудові краєвиди, повітря просочене свободою, незалежним духом тих, хто вважав “за волю смерть нам не страшна”, піснями які залишили нам у спадок ті, чийми кістками встелена волелюбна земля Карпат, залишають незабутні враження, будять патріотичні почуття у юнаків та дівчат [26].

Вихованню у молодого покоління патріотичних почуттів, активної громадянської позиції сприяють також **подієво-інформаційні ресурси Івано-Франківщини**. Календар туристичних подій Івано-Франківської області вже кілька років поспіль розробляє Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій. До цього переліку включають найбільші та найцікавіші туристичні, культурні та спортивні події регіону. Серед них етнографічні, гастрономічні, культурно-мистецькі, релігійні, історичні, музичні фестивалі, міжнародні та всеукраїнські спортивні змагання тощо.

Загалом, на 2022 рік планується провести близько 80 туристичних подій у різних містах та районах області. Серед нових заходів – Калуський фестиваль пивоварів Kalusher Beer 2022 та кіномистецький фестиваль “Тіні забутих предків” у Верховині. Найбільша кількість подій запланована на серпень, а восени буде багато гастрономічних фестивалів. Подієвий рік розпочинається з фестивалю “Зимова казка”, який проходить у січні на Вічевому майдані Івано-Франківська та представить різдвяні традиції у виступах вокальних ансамблів та хорових колективів. Також у різдвяний період у місті відбуваються традиційні фестивалі “Різдво у Франківську” та “Коляда на Майзлях”, в Яремчі – фестиваль автентичної коляди “Христос родився – Славіте!”, а у Верховині – театралізоване свято “Гуцульська коляда” та “Святого Василя”. На квітень заплановано гуцульський етнофестиваль “Великдень у Космачі” та – Всеукраїнський фольклорний фестиваль “Писанка” в Коломиї. Натомість дату Міжнародного фестивалю ковальського мистецтва “Свято ковалів” в Івано-Франківську поки що не визначено. Особливо багатим на події буде літо. Зокрема, Міжнародний музичний фестиваль UnderHill, що об’єднує різні течії сучасної електронної та поп-музики, виконавців як з України, так і з країн Європи, відбудеться у червні в селі Підгір’я Богородчанського району. У Яремчі в липні вдруге влаштують Відкритий гуцульський карнавал з розважальною святковою програмою за участю зірок української естради. Низку подій заплановано на серпень. Серед них: калуський фестиваль пивоварів Kalusher Beer 2022, регіональний фольклорно-етнографічний фестиваль “Татарівська ватра”, фестиваль автентичної карпатської кухні “Смачний Спас”, фестиваль-ярмарок “Свято винограду та вина” та ін. Восени планується кілька гастрономічних подій: фестиваль “Хліб і сир фест” в Івано-Франківську, фольклорно-етнографічний фестиваль “Покутське яблуко” в Снятині, гастрономічний фестиваль “Начинка по-коломиїськи” в Коломиї, фестиваль “Бульбяні пироги бойківські” в селі Старий Мізунь та ін.

В області проживають кілька етнографічних груп українців: бойки, гуцули, лемки, покутяни, опіляни. Кожній з них притаманні унікальні мовні та музичні особливості, обрядовість, одяг, архітектура тощо. Тому, в області щорічно проходять міжнародні фольклорні фестивалі гуцулів, лемків, “Бойківська ватра”, “Різдво в Карпатах”, етнічної музики в Шешорах. Івано-Франківщина – це місце проведення фестивалю хорової музики ім. Д. Січинського, конкурсу піаністів ім. Барвінського, фестивалів театрів ляльок та мистецьких пленерів [10]. Детальну інформацію про Фестивалі, що проходять на Івано-Франківщині, можна отримати на офіційних сайтах Туристично-інформаційних центрів Івано-Франківської області [31].

Давно відомим туристичним центром Івано-Франківщини є місто Яремче, розташоване в мальовничій улоговині між горами на березі р. Прут. Найбільшим культурним та економічним центром краю є обласний центр Івано-Франківськ, історія якого налічує понад три з половиною сторіччя. Важливим культурним і духовним осередком краю є місто Коломия, третє за населенням після Івано-Франківська і Калуша. Населення міста й околиць створило немало перлин духовної та матеріальної культури. Скарбницею народних промислів є Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття імені Й. Кобринського, що діє від 1935 року, музей „Писанка” оригінальної архітектури (у формі писанки), де зібрано понад 12 тис. екземплярів писанок з України та інших країн. Етнографічно населення Івано-Франківщини поділяється на Опілля, Покуття, Бойківщину та Гуцульщину. Визнаним центром гуцульського мистецтва є Косів, де працює мистецький ярмарок. Загалом, Івано-Франківщина має велику культурно-історичну спадщину. Такі давні і цінні пам'ятки як церква Пантелеймона під Галичем (XII ст.), Манявський скит (XVII ст.), дерев'яні гуцульські і бойківські храми відомі за межами країни. Тому, Івано-Франківщина є привабливим регіоном для численних туристів.

Наступна область Карпатського регіону, яку ми досліджували – **Закарпатська**, з огляду на історичні особливості становлення, вона також має значні ресурси для розвитку героїко-патріотичного туризму. До скарбниці культурної спадщини Закарпатської області належать пам'ятки археології, історії, архітектури та монументального мистецтва. Серед пам'яток культурної спадщини національного значення Закарпатської області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України є дві пам'ятки монументального мистецтва у м. Ужгород: Пам'ятник “Україна - визволителям” і Пам'ятник українським живописцям Й. Й. Бокшаю і А. М. Ерделі [40].

Крім наукового, пізнавального, культурна спадщина відіграє важливу роль в справі національно-патріотичного виховання молоді, наочно показує самобутність культури українського народу, спадкоємність сучасного з минулим. Розглянемо детальніше деякі з них. *Пам'ятник Роману Шухевичу*. У 2012 році на території музею - скансену “Старе село” встановили погруддя Роману Шухевичу, напередодні відзначення 70-ї річниці з дня створення Української Повстанської Армії та Дня українського козацтва. Пам'ятник поставили поруч із експозицією “Карпатська Україна”. Він став частиною туристичного маршруту, що відтворює національно-визвольний рух на *Закарпатті та у Колочаві*. З історії відомо, що у 1938-1939 року генерал-хорунжий УПА був старшиною у складі військового формування “Карпатська Січ” у ранзі поручника і приймав участь у формуванні військової доктрини молоді української держави – Карпатської України.

Щодо встановлення монументу командирів УПА у Колочаві, то є для цього кілька причин. По-перше, у селі відкрита експозиція “Карпатська Україна”, де проілюстровані буремні події березня 1939 року, в яких приймав участь Роман Шухевич. По-друге, на теренах декількох гірських районів з 1948 по 1957 роки підпільно діяла колочавська група Михайла Штаера. Хлопці носили однострої та шапки з тризубом, писали патріотичні вірші та гасла, декларували, що борються за незалежність України. По-третє, за національно – визвольний рух та причетність до УПА було покарано майже 20 колочавців. В четверте, у 1947 році новий окружний Закарпатський провід ОУН пробував створити крайову націоналістичну організацію у Колочаві під керівництвом Миколи Шимоні. Та спроби були придушені ще у зародку. Окрім того, в Колочаві діє *Туристичний маршрут “стежками Миколи Шугая”*. Його називають останнім опришком Карпат. Аби не служити у невинній для русинів мадярській армії, хлопець дезертирував. Проте вдома його починають переслідувати угорські жандарми. Маршрут включає: Музей Івана Ольбрахта – пам'ятник Івану Ольбрахту – могила Миколи Шугая, Ержіки – хата Шугая – хрест на місці вбивства Миколи – Пам'ятник Миколі Шугая – Знайомство з книжкою С. М. Аржевітіна “Шугай” та перегляд фільму “Микола Шугай повертається” [6].

2017 року в Ужгороді відбувся Всеукраїнський фестиваль, спрямований на ушанування героїв боротьби українського народу за незалежність і територіальну цілісність України, “*Карпатська Україна*”. Під час якого відбувся молебень та вшанування біля пам'ятника Августина Волошину (1874-1945). (Він був українським політичним, культурним, релігійним діячем, греко-католицьким священником Мукачівської єпархії, 1938 прем'єр-міністром автономного уряду Карпатської України, в 1939 став президентом цієї держави, Герой України (посмертно)); вшанування Героїв Карпатської України на Меморіальному кладовищі січовиків Карпатської України на Верещькому перевалі.

Століттями знаменитий *Верещький перевал* з'єднує Українські Карпати, Закарпаття та Львівщину – через мальовничий Вододільний хребет. На Верещькому перевалі, під час Другої світової війни, навесні 1939 року угорські фашисти жорстоко розстріляли близько 500 воїнів і добровольців Карпатської Січі, організації, яка захищала і відстоювала незалежність Карпатської України. Зараз тут чимало братських могил. Це одна з найболючіших сторінок в історії України. В знак пам'яті про національних героїв, які по жертвували своїм життям за свободу і процвітання країни, тут встановлені меморіали. Крім того, можна побачити пам'ятники героям за волю України і воїнам-визволителям 1944 року [5].

У 2018 році в Ужгороді встановили *Монумент жертвам Голодомору*. Його освятили представники різних релігійних конфесій. Закарпаття залишалося єдиним українським регіоном, в якому не було меморіального знака жертвам Голодомору. Цього ж року в Ужгороді на Пагорбі Слави відбулося освячення

Меморіалу загиблим воїнам АТО. Цей меморіал є свідченням того, що закарпатці завжди будуть пам'ятати тих, хто віддав своє життя, захищаючи Україну від російської агресії. Він завжди буде нагадувати, що наша незалежність вистояла завдяки тим, хто був, є і буде на передовій оборони нашої держави – на сході України” [29].

Перший історико-ландшафтний парк “Красне Поле” поєднав минуле із туризмом. Відкриття правди про події березня 1939 року призвели до створення першого на Закарпатті історико-ландшафтного парку „Красне Поле”, де відбувся найбільший бій оборонців Карпатської України із угорськими загарбниками. Подібні меморіали є в багатьох народів. До прикладу „Брестська фортеця” у Білорусі чи „Полтавську битву” в Україні. Створення сучасного музею і меморіального комплексу може стати не тільки засобом виховання молоді, але й однією з найцікавіших туристичних родзинок Закарпаття. За роки незалежності на Закарпатті споруджено десятки пам'ятників. Вшановувалися не тільки видатні постаті краю – князь Корятович, Олександр Духнович, Августин Волошин, Іван Фірцак (Кротон), Адальберт Ерделі та Йосип Бокшай, Василь Гренджа-Донський, Микола Шугай, але з'явилися й атракційні пам'ятники – сажотрусу, ліхтарнику, виноробу, учню кондитера. Скульптура переживає нині справжній ренесанс [1]. Отже, героїко-патріотичний туризм на Закарпатті є перспективним напрямком культурно-пізнавального туризму, який сприятиме підвищенню почуття патріотизму молодого покоління, завдяки ознайомленню їх з героїчними подіями та постатями, що були і є причетними до становлення і розвитку України [38].

Окрім того, Закарпаття – надзвичайно багате традиціями і етнічним колоритом. У селах і містечках Закарпаття проходять найрізноманітніші і цікаві фестивалі та свята. На захоплюючі туристичні атракції щороку з'їжджаються тисячі туристів. Тому, **подієво-інформаційні ресурси** мають великий вплив на формування почуття патріотизму та любові до свого народу в області. Край надзвичайно насичений звичаями та традиціями, практично у всіх районах області щороку проводяться численні фестивальні заходи місцевого, регіонального і міжнародного значення, до обласного календаря подій і фестивалів включено понад 200 фестивалів. Система “Турінформ Закарпаття” протягом року збирає інформацію про різноманітні події та фестивалі. За результатами аналізу, популярні за запитами є такі події та фестивалі: “Червоне вино”, “Біле вино”, “Фестиваль різників”, “Сакура фест”, “Фестиваль вина та меду”, фестиваль гумору „Карпатський словоблуд”, фестиваль ковальського мистецтва „Гамора”, етнофестиваль „Гуцульська бринза”, книжковий ярмарок „Книжковий Миколай” та інші.

Фестивалі, що проходять на Закарпатті, можна умовно поділити на три групи – винні, гастрономічні та фольклорні. Найбільш популярними фестивалями на Закарпатті є винні, які отримали статус візитівки краю: “Червоне вино”, “Біле вино”, “Сонячний напій”, “Угочанська лоза”, “Закарпатське Божоле”. Щорічно в цьому регіоні відзначається свято молодого вина. Це єдиний регіон України, в якому прижилася ця традиція. Як і у Франції, це третій тиждень листопада, тільки французи святкують у четвер, а в Закарпатті – на вихідних. Головним принципом винних фестивалів є їх проведення в місцях виробництва (Берегівському, Ужгородському, Мукачівському та Виноградівському районах).

Від більшості розвинених виноробних регіонів цей відрізняється тим, що тут є дві великі виноробні – “Шато Чизай” та “Котнар”, які знаходяться у Берегово, однак, виноробство регіону в основному представлено маленькими приватними виноробнями, де зазвичай вино виробляють за стародавніми технологіями. Хронологічно сезон винних фестивалів відкриває фестиваль “Червоне вино”, який проходить на свято Василя на старий Новий рік в м. Мукачеві. Продовженням винних фестивалів є фестиваль “Білого вина” (м. Берегово, лютий). Традиційно, в середині квітня, в Закарпатті зацвітають сакури, які приваблюють тисячі туристів. Майже одночасно із сакурами зацвітають магнолії, а через тиждень поблизу Хуста зацвітає Долина нарцисів. Цвітіння сакур і винний фестиваль “Сонячний напій”, який традиційно на травневі свята проводиться в Ужгороді. Закриває серію винних фестивалів осінній фестиваль молодого вина в обласному центрі “Закарпатське Божоле”, який за результатами “Top-Fest: рейтинг фестивалів” визнано кращим винним фестивалем України [37].

Одними з найбільш популярних серед мандрівників є *гастрономічні фестивалі*, що дають змогу краще зрозуміти культуру й традиції того чи іншого народу, знайомлячись з його кухнею. Гастрономічні фестивалі Закарпаття пов'язані з давніми традиціями збору врожаю і зазвичай закінчуються веселими святкуваннями. Популяризувати кулінарний потенціал регіону покликані щорічні кулінарні фестивалі “Бичківські голубці”, “Барлибашанський банош”, “Гуцульська бринза”, “Гуцульська ріпа” та “Берлибаський бануш” (Рахівський район) та “Хустська бринза” в Липчі, “Верховинська яфіна” (Воловецький район), “Свято мелею”, “Ягідне поле” (Виноградівський район), “Золотий гуляш”, “Гентишів-різників свиней”, “Сливогого леквару”, “Лечо” та “Срібний Татош” у Чинадієві (Берегівський район), а також Фестиваль риболовів та угорської юшки, Сонячний напій, Угочанська лоза, Фестиваль Великоберезнянського сиру “Молочна ріка”, Косонський фольклорний фестиваль тушкованого півня та ін. [24].

Закарпаття – багатонаціональний край на його території якого проживають представники понад 100 національностей, зі своєю культурою, звичаями, обрядами. Щорічно в Закарпатті за сприяння національно-культурних товариств проводиться велика кількість *фестивалів фольклорно-етнографічного спрямування* (румунського “Мерцишор”, словацького “Словенська веселіца” і, “Фаш'янговий (масляний) бал”, русинського “Червена Ружа”, угорського, німецького населення) та інші.

Популярності в краї набирають *спортивні фестивалі*, в програмі яких розваги, конкурси, святкові лотереї, спортивні змагання, кінні мандрівки, поїздки на квадроциклах. Місцем проведення таких фестивалів є найбільш популярні курорти та гірськолижні центри (с. Синяк – фестиваль “На засніжених схилах Карпат” (січень), с. Жденієво – фестиваль “Зимові візерунки Воловецького краю” (другий тиждень лютого), полонина Драгобрат – “Свято Купала на Драгобраті” та “Регата” в Ужгороді (липень)) [50]. Отож, на Закарпаття проводиться більше фестивалів ніж в будь-якому регіоні України. Кожен місяці відбуваються 2-3, а то й більше фестивалів. Окрім традиційних – фольклорних, винних та гастрономічних, є також сучасні фестивалі, які були започатковані порівняно недавно та відбуваються у всі пори року.

Важливою передумовою організації фестивального туризму є своєчасне інформування та рекламування подій, загальнодоступність до інформації про неї та організація її систематичного проведення. Більшість постійних фестивалів мають власні інтернет-сайти, на яких міститься інформація про проведення й програму заходів, туристичну інфраструктуру, транспортне сполучення. Формуванню позитивного іміджу регіону та збільшенню кількості туристів сприяють туристично-інформаційні центри, які акумулюють інформацію про туристично-рекреаційні пропозиції [24]. З метою популяризації фестивалів та зручності планування їх відвідин, для місцевого населення та численних туристів, яких щорічно гостинно зустрічає Закарпаття опубліковано низку інформаційних видань [50; 51; 41]. Окрім того, детальну інформацію про Фестивалі, що проходять на Закарпатті, можна отримати на офіційному сайті Туристично-інформаційного центру Закарпаття [46]. Загалом, Закарпаття – стратегічно важливий культурний, політичний та економічний регіон України. Маючи унікальне прикордонне розміщення та сусідство чотирьох країн Європейського Союзу, область може стати найбільшим туристично-відпочинковим та курортним регіоном Західної України. Природно-ресурсний потенціал разом із історико-культурною спадщиною, великими напрацюваннями у сфері туризму та рекреації сприяють визначенню пріоритетом номер один індустрії туризму, оздоровлення, санаторно-курортного лікування, відпочинку як українських, так і іноземних туристів на території Закарпаття.

Розвитку героїко-патріотичного туризму в **Чернівецькій області** сприяє велика кількість музеїв та меморіальних місць, пов'язаних з життям і творчістю видатних діячів науки і культури Буковини та Європи, що належать до різних національних культур, зокрема української, російської, румунської, єврейської, німецької та ін. З буковинським краєм пов'язані славні імена Юрія Федьковича, Ольги Кобилянської, Сидора Воробкевича, Михайла та Володимира Івасюків, Івана Миколайчука, Назарія Яремчука, Августи Кохановської, Міхая Емінеску, Пауля Целана, Георга Дроздовського, Йозефа Главки та багатьох інших видатних людей. Тут бували М. Грушевський, Леся Українка, М. Коцюбинський, І. Франко, В. Стефаник, М. Лисенко, С. Крушельницька, Ф. Ліст, Е. Карузо та ін. Загалом нараховується 195 об'єктів, що належать до біосоціальних рекреаційно-туристичних ресурсів, у т.ч. 4 – національного значення. Серед них 24 меморіальні музеї, з яких 6 – державні [42]. Серед пам'яток культурної спадщини національного значення Чернівецької області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України є низка пам'яток історії, зокрема, Будинок, у якому жила письменниця О. Ю. Кобилянська та її могила, Могила письменника і громадського діяча Ю. А. Федьковича у м. Чернівці та ін. [40].

У місті Чернівцях чимало пам'ятників, причому як українським діячам історії та культури, так і присвячених рокам Другої світової війни та національно-визвольній боротьбі. Серед героїко-патріотичних ресурсів Буковини важливе значення мають поховання. Значне число військових поховань з'явилося у Чернівцях та їх околицях в роки Першої світової війни. В цей час військові поховання з'явились і на єврейському цвинтарі, які облаштували з жовтня 1923 р. як „Цвинтар героїв”. В роки Другої світової війни на місці солдатського цвинтаря з'явились солдатські поховання, а по війні на місці могил відбувалися й поховання цивільних осіб. На кладовищі знаходиться і братська могила Польських легіонерів, на могилі яких у 1937 р. встановлено пам'ятник. Полеглим солдатам 41 піхотного полку імені архієпископа Євгена - встановлений пам'ятник 02 грудня 1902 року з нагоди 200-річчя полку. 1946 р. відкрито пам'ятник на могилі радянських генералів та офіцерів у парку культури та відпочинку.

Обеліск “Перемога” встановлено 1946 року на честь першої річниці перемоги над нацистською Німеччиною. На місці недобудованого румунського воєнного пам'ятника невідомому солдату. Поруч з вшануванням пам'яті загиблих військовослужбовців вже у 50-х роках ХХ ст. вшанували й пам'ять підпільників. Так, 3 листопада 1956 р. на території християнського кладовища у Чернівцях, на могилі розстріляних у жовтні 1942 р. учасників молодіжної організації з м. Хотина відкрито пам'ятник у вигляді кам'яного обеліску. На кладовищі у 1971 р. встановлено пам'ятник керівникам комуністичного підпілля на Буковині в роки Другої світової війни О. Боярко, З. Глебу та командир загоду дальньої розвідки М. Удонову, роботи архітектора О. Єгорова. Поруч з пам'ятниками, що мали нагадувати про загиблих в роки війни з'являлися пам'ятники, що символізували подвиг радянських солдатів у війні. В пам'ять про звільнення Чернівців 29 березня 1944 р. в місті на Привокзальній площі 28 червня 1946 р. відкрили пам'ятник військам І Українського фронту, автором якого є архітектор М. Ашкіназі. У 1978 р. у Піонерському парку по вул. Вересневій, що у Садгорі встановлено на постаменті літак винищувач Миг-17 ПФ. На території Чернівецького прикордонного загону встановлені бюсти прикордонників, що відзначилися в охороні державного кордону. Встановили пам'ятник буковинцям, що загинули у роки неоголошеної

радянсько-афганської війни Відкрили пам'ятник 15 травня 1999 р. в 11-у річницю початку виведення радянських військ з Афганістану. Зі створенням незалежної України змінилися акценти у поглядах на окремі події Другої світової війни. Завдяки цьому у Чернівцях постала можливість зведення пам'ятника бійцям та учасникам Буковинського куреня (1918, 1941, 1944) 24 вересня 1995 р. за участі мешканців міста та ветеранів куреня та його командир П. Войновський [7].

Пам'ятник Федьковичу Юрію — встановлений 1995 року. Напис на постаменті: “Я люблю мою Русь-Україну, я вірую в її будучину...”. Пам'ятний хрест з нагоди 400-ліття Берестейської Унії — споруджено 1996 року на подвір'ї Церкви Успіння Пресвятої Богородиці. Пам'ятник Тарасу Шевченкові - встановлений у травні 1999 року та багато інших [34]. Серед пам'ятників, що символізують вже сучасну епоху в Чернівцях, до прикладу, на вулиці Героїв Небесної Сотні в листопаді 2019 року освятили пам'ятний камінь, саме на місці цього знаку-каменю 30 листопада 2021 р. відкрили Меморіал Героїв Небесної Сотні, у цей день вісім років тому на Майдані побили мирних мітингувальників-студентів [47].

Цікавими героїко-виховними ресурсами Чернівецької області є меморіальні музеї, що мають високий рівень пізнавальної цінності і є основою формування екскурсійно-туристичних маршрутів відповідного спрямування. Всього в області нараховується 24 меморіальні музеї, більшість з яких знаходиться у Вижницькому районі (7) та м. Чернівцях (6). Зокрема: *Меморіальний музей Володимира Івасюка* — музей у Чернівцях, присвячений Володимирові Івасюку, видатному українському композитору і поету, одному із основоположників української естрадної музики, який трагічно загинув у віці 30 років. *Чернівецький літературно-меморіальний музей Ю. Федьковича* – експозиція музею розміщена в дев'ятьох експозиційних залах та має дві частини: літературну та меморіальну. Їх створення мало на меті відтворити історичну епоху, в якій жив і творив Юрій Федькович — визначний письменник та громадський діяч, зачинатель нової української літератури в краї, борець за народну освіту. *Етнографічний музей імені Ю. Федьковича* включає меморіальні кімнати першого українського товариства краю “Руська бесіда”, редакції газети “Буковина”, а також кімнати, присвячені діяльності Юрія Федьковича. *Чернівецький літературно-меморіальний музей О. Кобилянської* – музей розташований у невеликому одноповерховому особняку, у першій власній оселі видатної української письменниці Ольги Кобилянської. Експозиція висвітлює життя і творчість письменниці, її громадську діяльність, літературні зв'язки [39].

До Другої світової війни, Чернівці були центром багатого, духовно наповненого, культурно й інтелектуально розвиненого єврейського життя. Місто досі прикрашають оригінальні будівлі, зведені єврейською громадою. І одна з них – “Бейт-Кадішін”, ритуальний Будинок прощання на чернівецькому єврейському цвинтарі. У 2015 році міська влада Чернівців на 49 років передали будівлю “Бейт-Кадішін” в користування Асоціації єврейських громад та організацій (“Ваад”), а у 2017 році уряд Німеччини виділив 100 тисяч євро на зовнішній ремонт “Бейт-Кадішін”, який триває досі. Особливо цінним є інтер'єр будівлі. Важливою частиною декору є поминальні молитви на стінах, а також монументальна пам'ятна дошка з іменами філантропів – представників єврейської громади Чернівців, які пожертвували кошти на зведення будівлі. Після реставрації будівлі буде відкрито Меморіальний центр, присвячений темі Голокосту, враховуючи найсучасніші музейні ідеї та технології. Експозиція майбутнього музею включатиме в себе фотографії, документи, що збереглися, та автентичні предмети тієї епохи. Крім того, музей стане ще й “Музеєм єврейського цвинтаря” – експозиція розповість про людей, які поховані біля “Бейт-Кадішін” [3].

Історико – культурний заповідник “Кладовище на Зеленій вулиці” у Чернівцях потрапив в топ-10 найбільш містичних кладовищ України. Зберігаючи сторінки історії, некрополь буквально “дихає” таємницями. Християнський цвинтар разом із іудейським утворюють тут одну велику пам'ятку історії міста. Площа християнського некрополя становить понад 20 гектарів. Чимало пам'ятників та родинних гробниць є пам'ятками монументального мистецтва і мають неабияку культурну цінність. Перші поховання тут було зафіксовано ще на початку XIX століття, хоча офіційно християнський цвинтар відкрито у 1866 році. Єврейське кладовище на вулиці Зеленій у Чернівцях є одним з найбільших старих єврейських цвинтарів у Центральній та Східній Європі. Площа цього некрополя з музейним статусом становить більше 14 гектарів. Тут поховано майже 50 тисяч представників єврейської громади Чернівців. Серед них - громадські, політичні діячі, письменники, поети, інтелігенція, ті, хто зробив значний внесок в політичне, економічне і культурне життя міста. Також на цвинтарі знаходяться поховання єврейських солдат першої світової війни (1914–1918) та жертв Голокосту [13].

До популярних об'єктів героїко-виховного туризму належать середньовічні замки та фортеці. Найпопулярнішими серед анімаційних заходів, де представлена військово-історична тематика, є фестивалі військово-історичної реконструкції, військово-історичної та середньовічної культури. На фестивалях військово-історичної реконструкції відбувається відтворення відомих історичних битв, що мали місце у минулому, а також боїв, характерних тому чи іншому історичному періоду. В період завершення активних військових та воєнних дій оборонна функція середньовічних замків та фортець була майже втрачена. Тому, відвідувачам фестивалів військово-історичної реконструкції пропонують, перш за все, відтворення військових подій, які мали місце у добу Середньовіччя. Прикладами таких фестивалів на Буковині є: Міжнародний фестиваль історичної реконструкції Середньовіччя “Битва націй”, Міжнародний військово-історичний фестиваль “Хотинська твердь”, Міжнародний історичний фестиваль “Середньовічний Хотин” [2].

Важливе значення для розвитку героїко-патріотичного туризму мають **подієво-інформаційні ресурси Буковини**. Для посилення маркетингової політики щодо формування туристичної привабливості Чернівецької області, просування туристичного продукту, поширення інформації, ознайомлення потенційних споживачів з туристичними можливостями регіону, презентовано фільм про Буковину “З любов’ю до Буковини”, промокартину “Котилася торба ... або зустріч у просторі без меж”, буклет “Туристична Буковина в різноманітті!” (українською та англійською мовами), рекламні банери “Туристичні маршрути Чернівецької області”, записники “Буковина туристична”, методичний посібник для власників сільського (зеленого) туризму, методичні рекомендації щодо організації та перспектив розвитку сільського туризму на Буковині, надруковано книжку “Любіть Буковину”, картосхема “Туристична мапа Чернівецької області”, буклети: “Туристично-розважальні комплекси Буковини”, “Садиби сільського зеленого туризму Чернівецької області” та презентаційно-подарункову літературу для представників іноземних делегацій. Щорічно проводяться інформаційно-туристичні промотури для представників засобів масової інформації всієї України.

Ефективним інструментом маркетингу нині є туристичні виставки, ярмарки, салони, біржі. Участь у туристичних виставках в Україні та за кордоном є ефективним рекламним та збутовим напрямком діяльності туризму, розширення міжнародних контактів та взаємозв’язків. Саме тому, з метою підвищення ефективності популяризації туристичного потенціалу проводиться щорічний “Буковинський туристичний ярмарок”, започатковано туристично-спортивний похід на гору Яровиця, приурочений до Дня Незалежності України, фестиваль “Любіть Буковину, бо вона того варта”, Фестиваль “Маланок”, етнофестиваль “Дністер – Фест”, екофестиваль “Дністровська Юшка”, організовано конференції, семінари тощо [44].

Найбільш популярними серед туристів є: Фольклорно-етнографічний фестиваль “Маланок”; Театралізоване фольклорно-етнографічне свято “Від Різдва Христового до Йордану”; Туристичний етнофестиваль “Дністер-Фест”; буковинський молодіжний етнодуховний “Обнова-фест”; Міжнародний фольклорний фестиваль “Буковинські зустрічі”; “Середньовічний Хотин”; “Вишиваний дивотвір”; Фестиваль березового соку; “Петрівський ярмарок”; Фестиваль культури Global Village; Фестиваль рок музики “Відродження”; Обласне фольклорно-етнографічне свято “Осінь весільна”; Міжнародний фестиваль традиційного мистецтва “Буковинська тайстра”; щорічний фестиваль “Майданівська колядка”; Великдень у музеї просто неба та ін. [49].

На Буковині народилась плеяда видатних діячів культури та мистецтва державного та світового значення, зокрема: легенда українського кінематографу Іван Миколайчук, видатний оперний співак Дмитро Гнатюк, один з основоположників української естрадної музики Володимир Івасюк, видатні виконавці Назарій Яремчук, Павло Дворський, Софія Ротару, Лілія Сандулеса та багато інших. Таке багатство краю на таланти було однією з причин організації на буковинській землі першого національного фестивалю української пісні “Червона Рута”, який пройшов у Чернівцях 1989 року [4]. Muza Hyst Jazz Ftst”; Фестиваль різножанрових музичних колективів, яких об’єднує любов до рок-н-ролу, блюзу - “Autograph rock-n-roll Fest” заснований у 2016 році у КБУ “БКТМ “Автограф” м. Чернівців”; Metal Madness Fest; Фестиваль-конкурс “Відродження”, створений в червні 1996 року у рок-клубі “Фан-парк”, що знаходиться у парку ім. Ю. Федьковича міста Чернівці та інші [49]. Щороку восени у Чернівцях відбувається обласний книжковий фестиваль “БукФест” [48].

Для покращення інформованості потенційних туристів в області діє низка Туристично-інформаційних центрів із наданням консультацій туристам та туристичним організаціям. Зокрема, в 2017 році у Чернівцях відкрили культурно-мистецький, туристично-інформаційний Центр “Czernowitz”, який тісно співпрацює з екскурсводами, тут пропонують суверенну продукцію туристам та книги про Чернівці [52]. Детальна інформація про культурні події Буковини висвітлюється також на сайт міста Чернівці у рубриці “Культура в Чернівцях — новини” [16]. А також на сайті Чернівецької обласної ради у рубриці “Культура” [15]. З огляду на різноманітність, біосоціальних рекреаційно-туристичних ресурсів Буковини, перспективним є залучення їх до пізнавально-туристичних маршрутів та створення на їх основі цікавих подієвих ресурсів, що є важливим чинником підвищення туристичної атрактивності Чернівецької області. Загалом, Буковинська земля, багата на природні об’єкти, архітектурні пам’ятки, історичні події, завжди була та залишається краєм гостинним і цікавим для туристів.

Загалом, активний розвиток туризму в Карпатському регіоні є можливим завдяки наявності та використанню унікальних природних, історико-культурних та соціально-економічних ресурсів, які доповнюються вигідним економіко-географічним положенням, самобутньою історією та культурою краю. Важливе значення для туристичної індустрії мають ресурси, які не вимагають великих фінансових затрат, зокрема, туристичні події, які відіграють важливу роль у формуванні туристичних потоків та позитивно впливають на розвиток туристичної інфраструктури. Тому, варто активно залучати для розвитку туризму краю фестивальні ресурси, потенціал яких необмежений, однак є найбільш привабливим для використання в героїко-патріотичному, пізнавальному, молодіжному, етнічному та пригодницькому туризмі [35].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, героїко-патріотичний туризм — це перспективний напрямок культурно-пізнавального туризму, головною метою якого є підвищення патріотизму та національної свідомості громадян країни, шляхом ознайомлення з історичними подіями національно-визвольної боротьби, що зумовили становлення української державності. Загалом, Карпатський регіон володіє значним ресурсним потенціалом для розвитку цього виду туризму та має своєрідну й унікальну історико-культурну спадщину, зокрема: “Давній Галич” Національний історико-культурний заповідник, “Хотинська фортеця” Державний історико-архітектурний заповідник, музей-заповідник “Золочівський замок”, “Личаківський цвинтар” Історико-культурний заповідник, “Олеський замок” Державний музей-заповідник та багато інших, Головні туристичні центри: Львів, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці. Всього на території краю виявлено понад 600 туристичних об’єктів, серед яких найчисленнішими є поховання та пам’ятки і пам’ятні місця, пов’язані з визначними історичними подіями та їх учасниками. Зокрема, значний інтерес для туристів становлять музеї та об’єкти військової інфраструктури, зокрема криївки. Найбільшу їх кількість виявлено у Львівській та Івано-Франківській областях, однак, значна частина ресурсів не повною мірою використовується для розвитку героїко-патріотичного туризму в регіоні.

На жаль, частина з проаналізованих ресурсів є частково, а подекуди і повністю знищеною, внаслідок воєнних дій Російської Федерації на усій території України! В таких умовах, особливо важливим є патріотичне виховання молоді, яке сприяє формуванню почуття патріотизму, любові до свого народу, його історії, культурних та історичних цінностей, важливою складовою якого, після завершення війни, має стати організація туристичних подорожей, які передбачають використання героїко-патріотичних ресурсів регіонів країни. Тому, після нашої перемоги, необхідно здійснити детальну інвентаризацію та оцінку ресурсного потенціалу і подальшого їхнього використанні для популяризації та розвитку героїко-патріотичного туризму не лише Карпатського регіону, але й України, загалом.

Література

- 20 культурних здобутків Закарпаття за 20 років Незалежності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakarpattia.net.ua/Blogs/93680-20-kulturykh-zdobutkiv-Zakarpattia-za-20-rokiv-Nezalezhnosti>
- Аніпко Н. СЕРЕДНЬОВІЧНІ ЗАМКИ ТА ФОРТЕЦІ УКРАЇНИ ЯК ОБ’ЄКТИ ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНОГО ТУРИЗМУ // Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. – 448 с.
- Адамовський А. Бейт-Кадішін у Чернівцях стане справжнім меморіальним центром [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukr.lb.ua/society/2019/05/20/427305_beytkadishin_chernivtsyah_stane.html
- Буковина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Буковина>
- ВЕРЕЦЬКИЙ ПЕРЕВАЛ – СИМВОЛ СВОБОДИ, ЦО ОБ’ЄДНУЄ КАРПАТИ / Про Карпати [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prokarpaty-tour.info/uk/verekij-pereval-zakarpattia/>
- Відкрий для себе Колочаву [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kolochava.com.ua/pamyatniki-kolochavi/roman-shuxevich.html>
- Військові пам’ятники Чернівців ХХ ст.: культура пам’яті та архітектурні рішення (на вікенд) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buknews.com.ua/page/viiskovi-pamiatnyky-chernivtsiv-hh-st-kultura-pamiatni-ta-arkhitekturni-rishennia.html>
- Долинщина туристична. Історичний путівник “Місцями бойової слави Бойківщини”. – Львів : ТзОВ “Фірма Камула”, 2019. – 47 с.
- Дорош Ю.С. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЕРОЇКО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ У ГАЛИЧИНІ // Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. ст. / Мін-во освіти і науки України. Львів. ін-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. – Львів : ЛІЕТ, 2016. – № 11. – С. 169–180.
- Івано-Франківщина представила календар туристичних подій 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kurs.if.ua/society/ivano-frankivshhyna-predstavyla-kalendar-turystichnyh-podij-2022/>
- Історико-меморіальний музей Олекси Довбуша [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/dovbush/>
- Карась Г. К. Івано-Франківськ: культурно-мистецька хроніка незалежності. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2001. – 288 с.
- Кладовище на вулиці Зеленій / Чернівецьке екскурсійне бюро [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://chernivtsi-tours.com.ua/kladovyshe_zelena
- Коротко про міські пам’ятники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Пам%27ятники_Івано-Франківська
- Культура / Чернівецька обласна рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oblrada.cv.ua/news/theme/7/>
- Культура в Чернівцях — новини / 0372 сайт міста Чернівці [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.0372.ua>

17. Кучинська І. В. Перспективи використання об'єктів героїко-патріотичної тематики у туризмі (на прикладі Львівщині) / І. В. Кучинська, Ю. С. Дорош // Географія, Екологія, Туризм: теорія, методологія, практика. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю географічного факультету Тернопільського національного університету ім. Володимира Гнатюка (21–23 травня 2015 р.). – Тернопіль : СМП «Тайп», 2015. – С. 362–363.
18. Кучинської І. В. Героїко-патріотичний туризм як перспективний напрямок розвитку туризму в Галичині в сучасних умовах / Кучинської І. В., Дорош Ю.С. // Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України : монографія за ред. М.Ю. Барна. – Львів : ЛТЕУ, 2018. – С. 290–307.
19. Львів — столиця фестивалів / Львівінтуртрансплюс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/index/what_to_do/stolucya-festiyvaliv
20. Львів діловий, виставковий, бізнесовий : туристичний каталог-довідник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://map.lviv.ua/lviv04.html>
21. Львів туристичний : туристичний каталог-довідник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://map.lviv.ua/lviv03.html>
22. Львів. Календар подій. Фестивалі. 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lviv-info.com/kalendar.html>
23. Львівська ОДА запрошує до Координаційної ради з питань національно-патріотичного виховання Офіційний сайт ЛЮДА [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://loda.gov.ua/news?id=64848>
24. Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку / Л. Медвідь // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2011. – Випуск 614-615. Географія. – С. 86–89.
25. Меморіальний комплекс «ДЕМ'ЯНІВ ЛАЗ» Філіал Обласного музею визвольної боротьби імені Степана Бандери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/memory/>
26. Музеї Івано-Франківщини. Довідаймося більше про свої духовні скарби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.if.gov.ua/news/5826>
27. Музей генерал-хорунжого УПА Романа Шухевича : путівник / Львівський історичний музей. – 2012, 24 с.
28. На сесії затвердили Програму національно-патріотичного виховання дітей та молоді Львівська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/society/education/283905-na-sesii-zatverdyly-prohramu-natsionalno-patriotichnoho-vykhovannia-ditei-ta-molodi>
29. Новое время [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// https://nv.ua/ukr/ukraine/events/v-uzhhorodi-vidkryli-pamjatnik-zhertvam-holodomoru-2509348.html](http://https://nv.ua/ukr/ukraine/events/v-uzhhorodi-vidkryli-pamjatnik-zhertvam-holodomoru-2509348.html)
30. Обласний музей визвольної боротьби імені Степана Бандери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/liberation/>
31. Офіційний сайт Туристично-інформаційного центру Івано-Франківської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.if.gov.ua/files/uploads/Туристично-інформаційні%20центри.pdf>
32. Офіційний сайт Туристично-інформаційного центру Львова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/index/about_lviv/tourist-information/infocenter
33. Офіційний туристичний сайт міста Львова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lviv.travel>
34. Пам'ятники Чернівців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Пам'ятники_Чернівців
35. Панченко Т. Ф. Туристичне середовище: архітектура, природа, інфраструктура / Панченко Т. Ф. – К., 2009.
36. Паньків Н. Є. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: сучасний стан та перспективи використання для сталого розвитку туризму : монографія / Паньків Н. Є., Лущик М. В., Роїк О. Р. – Львів : Ліга-Прес, 2018. – 150 с.
37. Паньків Н.Є. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ / Н.Є. Паньків // Вісник Хмельницького Національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2021. – № 5. – С. 125–136.
38. Паньків Н.Є. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЕРОЇКО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ / Н.Є. Паньків // Проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (22-23 жовтня 2021 року, Львів-Зозулі, Україна). – Львів, 2021. – С. 85–89. <http://science.fpmu.ua>
39. Перелік музеїв міста Чернівці / Офіційний веб-портал Чернівецької МР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://chernivtsy.eu/portal/perelik-muzeviv-mista-chernivtsi>
40. Перелік пам'яток культурної спадщини національного значення, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mkp.gov.ua/content/perelik-pamyatok-kulturnoi-spadshchini-nacionalnogo-znachennya.html>
41. Рахівщина – перлина гуцульських Альп / Упр. економ. розвитку і торгівлі Рахів. РДА. – Рахів. – 32 с.
42. Скутар Т.Д. Біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси Чернівецької області / Т.Д. Скутар // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців

[„Регіон 2014: суспільно-географічні аспекти”], (Харків, 3-4 квітня 2014 р.) / [Гол. ред. колеґії Л.М. Немець]. – Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2014. – С. 243–245.

43. Стежками Української Повстанської Армії : туристичний путівник / Р. Гандзюк, Г. Мельник, В. Федорак, З. Федунків. – Ів.-Франківськ : Місто НВ, 2007. – 201 с.

44. Стратегія туризму Чернівецької області / Відділ з питань туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bukoda.gov.ua/page/group/158>

45. Таємниці міста Лева: книга для читання / укладачі: Волосевич, Даниленко. – Львів, “Аверс”, 2004.

46. Туристично-інформаційного центру Закарпаття [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tourinform.org.ua/categories/fests/>

47. У Чернівцях на вулиці Героїв Небесної Сотні освятили пам'ятний камінь / Інформаційне агентство АСС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi/u-chernivcyah-na-vulici-geroiv-nebesnoi-sotni-osvyatili-pamyatniy-kamin-5189>

48. У Чернівцях проведуть обласний фестиваль книжок «БукФест» / Шпальта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://shpalta.media/2019/09/20/u-chernivcyah-provedut-oblasnij-festival-knizhok-bukfest/>

49. Фестивалі / chernivtsi-online [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://chernivtsi-online.net/events/festival/>

50. Фестивалі Закарпаття / уклад., ред., пер. Л. М. Алексеєнко, ідея І. Ключевський. – Ужгород : Патент, 2010. – 44 с.

51. Фестивалі міста та району / Виноград. центр. район. б-ка, Метод.-бібліогр. та інформ. від. ; уклад. Г. Й. Меланчук ; відп. за вип. К. Г. Вашкеба. – Виноградів, 2012. – 20 с.

52. Чернівці – Czernowitz. У Чернівцях відкрився туристично-інформаційний Центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi/chernivci-czernowitz-u-chernivcyah-vidkrivsyaturistichno-informaciynyi-centr-foto-9526>.

References

1. 20 kulturnykh zdobutkiv Zakarpattia za 20 rokiv Nezalezhnosti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakarpattia.net.ua/Blogs/93680-20-kulturnykh-zdobutkiv-Zakarpattia-za-20-rokiv-Nezalezhnosti>

2. Anipko N. SEREDNOVICHNI ZAMKY TA FORTETSII UKRAINY YAК OBJEKTY VIYSKOVO-ISTORYCHNOHO TURYZMU // Turyzm yak pryoritetnyy napriam sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehionu : materialy Mizhnarodnoї naukovo-praktychnoї konferentsii, m. Chernivtsi – m. Suchava, 23-24 kvitnia 2015 r. – Chernivtsi : ChTEI KNTEU, 2015. – 448 s.

3. Adamovskiy A. Beit-Kadishin u Chernivtsiakh stane spravzhnim memorialnym tsentrom [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://ukr.lb.ua/society/2019/05/20/427305_beytkadishin_chernivtsyah_stane.html

4. Bukovyna [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Bukovyna>

5. VERETS'KYI PEREVAL – SYMVOL SVOBODY, Shcho OBJEDNUIE KARPATY / Pro Karpaty [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://prokarpaty-tour.info/uk/verekij-pereval-zakarpattie/>

6. Vidkryi dlia sebe Kolochavu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://kolochava.com/ua/pamyatniki-kolochavil/roman-shuxevich.html>

7. Viiskovi pamiatnyky Chernivtsiv KhKh st.: kultura pamiati ta arkhitekturni rishennia (na vikend) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://buknews.com.ua/page/viiskovi-pamiatnyky-chernivtsiv-hh-st-kultura-pamiati-ta-arkhitekturni-rishennia.html>

8. Dolynshchyna turystychna. Istorychni putivnyk “Mistsiamy boiovoi slavy Boikivshchyny”. – Lviv : TzOV “Firma Kamula”, 2019. – 47 s.

9. Dorosh Yu.S. SUCHASNYI STAN TA PERSPEKTYVY ROZVYTKU HEROIKO-PATRIOTYCHNOHO TURYZMU U HALYCHYNI // Visnyk Lvivskoho instytutu ekonomiky i turyzmu : zb. nauk. st. / Min-vo osvity i nauky Ukrainy. Lviv. in-t ekonomiky i turyzmu ; [redkol. : I. O. Bochan ta in.]. – Lviv : LIET, 2016. – № 11. – S. 169–180.

10. Ivano-Frankivshchyna predstavla kalendar turystychnykh podii 2022 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://kurs.if.ua/society/ivano-frankivshchyna-predstavla-kalendar-turystychnykh-podij-2022/>

11. Istoryko-memorialnyi muzei Oleksy Dovbusha [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/dovbush/>

12. Karas H. K. Ivano-Frankivsk: kulturno-mystetska khronika nezalezhnosti. – Ivano-Frankivsk : Nova Zoria, 2001. – 288 s.

13. Kladovyshche na vulytsi Zelenii / Chernivetske ekskursiine biuro [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://chernivtsi-tours.com.ua/kladovyshche_zelena

14. Korotko pro miski pamiatnyky [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://uk.wikipedia.org/wiki/Pam%27iatnyky_Ivano-Frankivska

15. Kultura / Chernivetska oblasna rada [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://oblrada.cv.ua/news/theme/7/>

16. Kultura v Chernivtsiakh — novyny / 0372 sait mista Chernivtsi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.0372.ua>

17. Kuchynska I. V. Perspektyvy vykorystannia ob'ektiv heroiko-patriotychnoї tematyky u turyzmi (na prykladi Lvivshchyni) / I. V. Kuchynska, Yu. S. Dorosh // Heohrafiia, Ekolohiia, Turyzm: teoriia, metodolohiia, praktyka. Materialy mizhnarodnoї naukovo-praktychnoї konferentsii, prysviachenoї 25-richchiu heohrafichnoho fakultetu Ternopil'skoho natsionalnoho universytetu im. Volodymyra Hnatiuka (21–23 travnia 2015 r.). – Ternopil : SMP «Таїр», 2015. – S. 362–363.

18. Kuchynskoi I. V. Heroiko-patriotychnyi turyzm yak perspektyvnyi napriamok rozvytku turyzmu v Halychyni v suchasnykh umovakh / Kuchynskoi I. V., Dorosh Yu.S. // Funktsionuvannia ta perspektyvy rozvytku turystychnoї haluzi Ukrainy : monohrafiia za red. M.Iu. Barna. – Lviv : LTEU, 2018. – S. 290–307.

19. Lviv — stolystsia festyvaliv / Lvivturtransplus [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://lviv.travel.ua/index/what_to_do/stolucya-festyvaliv

20. Lviv dilovyi, vystavkovyi, biznesovyi : turystychni katalog-dovidnyk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://map.lviv.ua/lviv04.html>

21. Lviv turystychni : turystychni katalog-dovidnyk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://map.lviv.ua/lviv03.html>

22. Lviv. Kalendar podii. Festyvali. 2020 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.lviv-info.com/kalendar.html>

23. Lvivska ODA zaprosuie do Koordynatsiinoi rady z pytan natsionalno-patriotychnoho vykhovannia Ofitsiinyi sait LODA [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://loda.gov.ua/news?id=64848>
24. Medvid L. Festyvalnyi turyzm Zakarpattia: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku / L. Medvid // Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. – 2011. – Vypusk 614-615. Heohrafiia. – S. 86–89.
25. Memorialnyi kompleks «DEMIANIV LAZ» Filial Oblasnoho muzeiu vyzvolnoi borotby imeni Stepana Bandery [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/memory/>
26. Muzei Ivano-Frankivshchyny. Dovidamosia bilshе pro svoi dukhovni skarby [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.if.gov.ua/news/5826>
27. Muzei heneral-khorunzho UPA Romana Shukhevycha : putivnyk / Lvivskyi istorychnyi muzei. – 2012, 24 s.
28. Na sesii zatverdylы Prohramu natsionalno-patriotychnoho vykhovannia ditei ta molodi Lvivska miska rada [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://city-adm.lviv.ua/news/society/education/283905-na-sesii-zatverdylы-prohramu-natsionalno-patriotychnoho-vykhovannia-ditei-ta-molodi>
29. Novoe vremia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://nv.ua/ukr/ukraine/events/v-uzhhorodi-vidkrili-pamjatnik-zhertvam-holodomoru-2509348.html>
30. Oblasnyi muzei vyzvolnoi borotby imeni Stepana Bandery [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.karpaty.info/ua/uk/if/fr/ivano-frankivsk/museums/liberation/>
31. Ofitsiinyi sait Turystychno-informatsiinoho tsentru Ivano-Frankivskoi oblasti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.if.gov.ua/files/uploads/Turystychno-informatsiino%20tsentry.pdf>
32. Ofitsiinyi sait Turystychno-informatsiinoho tsentru Lvova [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://lviv.travel/ua/index/about_lviv/tourist-information/infocenter
33. Ofitsiinyi turystychnyi sait mista Lvova [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://lviv.travel>
34. Pamiatnyky Chernivtsiv [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://uk.wikipedia.org/wiki/Pam%27iatnyky_Chernivtsiv
35. Panchenko T. F. Turystychno-seredovyshche: arkhitektura, pryroda, infrastruktura / Panchenko T. F. – K., 2009.
36. Pankiv N. Ye. Turystychno-rekreatsiini resursy Lvivskoi oblasti: suchasnyi stan ta perspektyvy vykorystannia dlia staloho rozvytku turyzmu : monohrafiia / Pankiv N. Ye., Lushchuk M. V., Roik O. R. – Lviv : Liha-Pres, 2018. – 150 s.
37. Pankiv N.Ie. SUCHASNI TENDENTSI ROZVYTKU PODII VOHO TURYZMU NA ZAKARPATTI / N.Ie. Pankiv // Herald of Khmelnytskyi National University. – Khmelnytskyi. – 2021. – № 5. – S. 125–136.
38. Pankiv N.Ie. TENDENTSI ROZVYTKU HEROIKO-PATRIOTYCHNOHO TURYZMU NA ZAKARPATTI / N.Ie. Pankiv // Problemy staloho rozvytku : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (22-23 zhovtnia 2021 roku, Lviv-Zozuli, Ukraina). – Lviv, 2021. – C. 85–89. <http://science.lpnu.ua>
39. Perelik muzeiv mista Chernivtsi / Ofitsiinyi veb-portal Chernivtskoi MR [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://chernivtsy.eu/portal/perelik-muzeiv-mista-chernivtsi>
40. Perelik pamiatok kulturnoi spadshchyny natsionalnoho znachennia, zanesenykh do Derzhavnogo reiestru nerukhomykh pamiatok Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://mkip.gov.ua/content/perelik-pamyatok-kulturnoi-spadshchini-natsionalnogo-znachennya.html>
41. Rakhivshchyna – perlyna hutsulskykh Alp / Upr. ekonom. rozvytku i torhivli Rakhiv. RDA. – Rakhiv. – 32 s.
42. Skutar T.D. Biosotsialni rekreatsino-turystychni resursy Chernivtskoi oblasti / T.D. Skutar // Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh naukovtsiv [„Rehion 2014: suspilno-heohrafichni aspekty”], (Kharkiv, 3-4 kvitnia 2014 r.) / [Hol. red. kolehii L.M. Niemets]. – Kharkiv : KhNU im. V.N. Karazina, 2014. – S. 243–245.
43. Stezhkamy Ukrainskoi Povstanskoi Armii : turystychnyi putivnyk / R. Handziuk, H. Melnyk, V. Fedorak, Z. Fedunkiv. – Iv.-Frankivsk : Misto NV, 2007. – 201 s.
44. Stratehiia turyzmu Chernivtskoi oblasti / Viddil z pytan turyzmu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://bukoda.gov.ua/page/group/158>
45. Taiemnyi mista Leva: knyha dlia chytannia / ukkladachi: Volosevych, Danylenko. – Lviv, “Avers”, 2004.
46. Turystychno-informatsiinoho tsentru Zakarpattia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://tourinform.org.ua/categories/fests/>
47. U Chernivtsiakh na vulytsi Heroiv Nebesnoi Sotni osviiatly pamiatnyi kamin / Informatsiine ahentstvo ASS [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi-u-chernivcyah-na-vulicy-geroyiv-nebesnoi-sotni-osviiatly-pamiatnyi-kamin-5189>
48. U Chernivtsiakh provedut oblasnyi festyval knyzhok «BukFest» / Shpalta [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://shpalta.media/2019/09/20/u-chernivcyax-provedut-oblasnij-festival-knizhok-bukfest/>
49. Festyvali / chernivtsi-online [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://chernivtsi-online.net/events/festival/>
50. Festyvali Zakarpattia / ukklad., red., per. L. M. Alekseienko, ideia I. Kliuchevskiyi. – Uzhhorod : Patent, 2010. – 44 s.
51. Festyvali mista ta raionu / Vynohrad. tsentr. raion. b-ka, Metod.-bibliohr. ta inform. vid. ; ukklad. H. Y. Melanchuk ; vidp. za vyp. K. H. Vashkeba. – Vynohradiv, 2012. – 20 s.
52. Chernivtsi – Czernowitz. U Chernivtsiakh vidkryvsia turystychno-informatsiinyi Tsentр [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi/chernivci-czernowitz-u-chernivcyah-vidkryvsia-turistichno-informatsiinyi-centr-foto-9526>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-10>

УДК 379.851

Вікторія ХУДАВЕРДІЄВА

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

e-mail: viki75807@gmail.com

Галина ОМЕЛЬЧЕНКО

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-1746-2987>

e-mail: galinomelchenko@gmail.com

Володимир МЕРЧАНСЬКИЙ

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-2870-5902>

e-mail: seomvv@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ЯК ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ

Метою даної статті є дослідження особливості туроперейтингу як виду діяльності на туристичному ринку в сучасних кризових умовах, оцінити основні проблемні точки сфери туризму в умовах кризи; систематизувати світовий і вітчизняний досвід підтримки сфери туризму в поточних умовах; оцінити можливі сценарії відновлення сфери туризму з урахуванням заходів, що вживаються державою. Такі особливості туроперейтингу вимагають від топ-менеджменту компанії значних організаторських здібностей, умінь ефективно вести/організувати робочий процес у фірмі. Отже, діяльність туристичного оператора – закономірне поєднання робочих циклів відносно конкретних турів або програм. В статті визначено значущість галузі гостинності і туризму, яка є життєво важливим джерелом доходів за рахунок надходжень від туризму і залучення прямих іноземних інвестицій, а також робочих місць, особливо для жінок і молоді. Початок воєнних дій на території України, закриття в лютому 2022 року кордонів зовнішніх і внутрішніх, не тільки знизило доходи компаній туристичної сфери до нуля, але і призвела в окремих випадках до значних збитків. Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) прогнозує безпрецедентну кризу і скорочення доходів сфери туризму в світі до 45% у випадку, якщо конфлікт продовжиться до вересня, цей показник може досягти 70%. Оскільки сфера туризму є важливою частиною економіки багатьох країн, це приведе до негативного впливу макроекономічних показників країн, в яких сфера туризму найбільш розвинена. Багато країн вжили рішучих заходів з підтримки сфери туризму, проте це може виявитися недостатнім для відновлення туристичного сектора. Однією з головних цілей є підтримка компаній у сфері туризму і їх співробітників.

Ключові слова: туроперейтинг, туристичні агенти, турпродукт, туристичні компанії, туристична діяльність.

Victoriya KHUDAVERDIYEVA,

Galina OMELCHENKO, Volodymyr MERCHANSKYI

Department of tourism of State Biotechnological University

FEATURES OF TOUR RATING AS A TYPE OF ACTIVITY IN MODERN CRISIS CONDITIONS

The purpose of this article is to study the features of tour rating as a type of activity in the tourism market in modern crisis conditions, to assess the main problem areas of tourism in a crisis; to systematize the world and domestic experience of supporting the sphere of tourism in the current conditions; assess possible scenarios for the recovery of tourism, taking into account the measures taken by the state. Such features of tour rating require from the top management of the company significant organizational skills, skills and efficient work process in the company. Thus, the activity of a tour operator is a natural combination of work cycles for specific tours or programs.

The article identifies the importance of hospitality and tourism, which is a vital source of income from tourism and foreign direct investment, as well as jobs, especially for women and youth. The beginning of hostilities on the territory of Ukraine, the closure of the borders of external and internal in February 2022, not only the income of tourism companies to zero, but also led in some cases to significant losses. The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) predicts an unprecedented crisis and a reduction in world tourism revenues to 45%, and if the conflict continues until September, the figure could reach 70%. As tourism is an important part of the economies of many countries, this will have a negative impact on the macroeconomic performance of countries with the most developed tourism. Many countries have taken decisive action to support the tourism sector, but this may not be enough to restore the tourism sector. One of the main goals is to support tourism companies and their employees.

Key words: tour rating, travel agents, travel product, travel companies, travel activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Залучення в сферу туристського обслуговування організацій, підприємств і фірм, що надають послуги, а також комплектація цих послуг різноманітних тематичних турів – все це зажадало розвитку специфічного бізнесу – туроперейтингу. Особливості туроперейтингу як виду діяльності на туристичному ринку характеризуються наступними рисами: вона безпосередньо пов'язана з розробкою і складанням туристичних програм і їх апробацією; вона вимагає безпосередньої взаємодії оператора з постачальниками

туристичних послуг (готельні підприємства, перевізники, екскурсійні бюро і т.д.); обов'язково вимагає додаткових зусиль оператора у формуванні кадрового забезпечення кожного турпакуету; наявність у оператора агентської мережі; вимагає безпосередньої участі оператора в організації туру і постійного контролю за якісним виконанням туристичних послуг [1].

Туроперейтинг складається з поєднання циклічних робіт, пов'язаних з розробкою і реалізацією кожного конкретного туру. Цикл робіт оператора можна розбити на наступні етапи: 1) тур-проекування (ґрунтується на результатах маркетингового дослідження потреб туристичного ринку і дослідження конкурентного середовища); 2) тур-планування (ґрунтується на специфіці взаємовідносин оператора і постачальників туристичних послуг); 3) просування туру; 4) збут турпродукту (безпосередньо клієнтам, або через агентську мережу); 5) реалізація туру (організація поїздки і надання туристичних послуг визначених в тур-пакеті) [2].

Цикл робіт з планування і організації кожного виду турів із асортименту оператора по-своєму унікальний, частково незалежний від інших сфер праці персоналу туроператора. Це призводить до того, що багатопрофільні оператори, одночасно пропонуючи декілька варіантів пакетів туру по різних географічних, організують свою діяльність так, щоб якісно і ефективно вести роботу над кожним окремим туром (часто ці роботи ведуться паралельно, причому етапи розробки різних пакетів туру можуть значно відрізнятися один від одного).

За даними Державного агентства розвитку туризму в країні протягом 2021 року спостерігалось поступове зростання доходів від туристичного збору. Не дивлячись на всі збитки, понесені туристичною сферою України, відбувалось відновлення і поступове зростання туристичного збору, про що свідчать статистичні дані за 2021 рік. Про це повідомила прес-служба Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). У відомстві уточнили, що за 2021 рік до бюджету країни надійшло 244 млн грн туристичного збору. Цей показник на 86,8% перевищує показник 2020 роки, що склало 130,6 млн грн, а також на 20% вище за аналогічний показник 2019 року – тоді до бюджету поступило 196 млн грн [3].

Одними з перших під час воєнної кризи в Україні під удар потрапили туристичні оператори: вся галузь з початком бойових дій практично зупинилася. Деякі компанії поставили роботу на паузу, інші і зовсім припинили свою діяльність. Є і ті, хто переорієнтувався на інші ринки. Так, один з найбільших туроператорів Join UP! у квітні 2022 року почав діяльність в країнах Балтії: відкрито продажі в Латвію, Литву і Естонію. Місцеві туристи вже можуть бронювати тури до Туреччини, Чорногорії, Албанії і Греції. Відкриття бюро Join Up Baltic в Ризі – один з етапів міжнародного розширення компанії. У зимовому сезоні туристам країн Балтії український туроператор запропонує нові напрями: Шрі-Ланку і Занзібар. «Початок роботи компанії в Балтії – можливість зберегти робочі місця для українців і підтримати економіку країни, оскільки Україна зараз бореться за майбутнє для всіх нас», – сказав Гедімінас Керіс, керівник Join Up Baltic. Польоти з Латвії, Литви і Естонії до Туреччини здійснюватимуться на літаках української авіакомпанії SkyUp Airlines під сертифікатом турецької авіакомпанії Tailwind [4].

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є дослідження особливості туроперейтингу як виду діяльності на туристичному ринку в сучасних кризових умовах. Такі особливості туроперейтингу вимагають від топ-менеджменту компанії значних організаційських здібностей, умінь ефективно робочий процес у фірмі. Для подібної організації потрібна наявність відповідальних осіб за кожен напрям з числа працюючого персоналу. Отже, діяльність туристичного оператора – закономірне поєднання робочих циклів відносно конкретних турів або програм [5].

Виклад основного матеріалу

У ДАРТ також склали рейтинг країн по сплаті туристичного збору. У лідери увійшли місто Київ і 4 області. Столиця України поповнила бюджет на 68 млн грн, Одеська область заробила 26,8 млн грн, третє місце зайняла Львівська – 23 млн грн, четверте – Київська з 15,3 млн грн. На п'ятому місці – Закарпатська область, що заробила 11,7 млн грн. Це удвічі більше в порівнянні з 2020 роком, коли дохід до бюджету регіону склав 5,6 млн грн. За словами глави Державного агентства розвитку туризму України Мар'ян Олесків, туристичний збір є найважливішим індикатором розвитку туристичної галузі України. «У 2022 році ми націлені встановити прозорі і чесні правила для всіх учасників ринку. Вірю, що цього року Верховна Рада прийме Закон про туризм, який встановить системні принципи в роботі туристичної галузі, яка, відверто, протягом 30 років розвивалася хаотично. Законопроект стосується і туристичного збору, яким повинні бути наповнені цільові туристичні фонди регіонів. Засоби повинні використовуватися виключно для реалізації стратегії розвитку туризму», – відзначив розділ ДАРТ [3].

З вказаних 244 млн грн туристичного збору 154 млн грн були сплачені юридичними особами і ще 90 млн. – ФОП (фізичними особами підприємцями). Найуспішнішими виявилися літні і осінні місяці 2021 року. Влітку заробили 35% загального річного туристичного збору, а восени – 40%. Відзначимо, що ставка збору встановлюється за рішенням місцевих рад за кожен час тимчасового розміщення в розмірі до 0,5% для внутрішнього туризму і до 5% для в'їзного. На 2021 рік суми склали до 30 грн для внутрішнього туризму і

до 300 грн для в'їзного туризму. У 2021 році кількість іноземців, що перетнули нашої держави, в порівнянні з 2020 роком виросло на 26,3% і склало майже 4,271 млн чоловік. Що стосується українців, то минулого року перетнуло 14,7 млн [3].

У ліцензійний реєстр туроператорів України входить більше тисячі компаній. З них на національному рівні працює близько 100 турфірм, а масовими туроператорами можна назвати трохи більше 20 них. Список надійних туроператорів включає як українські підрозділи міжнародних компаній, так і туристичних операторів з українським капіталом. У ТОП-9 входять шість туроператорів із світовим ім'ям і три національних тур оператори (табл. 1) [6].

Таблиця 1

**Рейтинг найбільших туроператорів України
(рейтинг туристичних операторів України за кількістю туристів,
відправлених на відпочинок, осіб)[7]**

№ з/п	Назва туроператорів	2019 рік	2020 рік	2021 рік
1.	ANEX Tour	821730	511910	1123538
2.	JoinUP!	1015475	449350	967000
3.	TUI Ukraine	450000	278538	480029
4.	Coral Travel	305000	н.о.*	н.о.*
5.	TPG	420000	81630	280000
6.	TEZ Tour	305000	н.о.*	260000
7.	Компас	152200	94767	259000
8.	Pegas Touristik	152000	н.о.*	н.о.*
9.	Альф	52000	33610	н.о.*
10.	Альянс	9207	5678	42197
11.	Орбіта	15000	9667	16492
12.	Фесрія	15000	7691	15000
13.	Adriatic Travel	26940	5995	13891
14.	Siesta	15000	н.о.*	н.о.*
15.	GTO.UA	н.о.*	н.о.*	10000
16.	Ай Тревел	5077	3795	8592
17.	Ukrainian Global Company (UGC)	5311	1557	6140
18.	Туристичний Клуб	9500	н.о.*	4892
19.	МІСТ-тур	9350	4150	4531
20.	Adria Hit	3500	2000	4000
21.	Eurotrips	7000	1120	н.о.*
22.	Арістея	3528	н.о.*	3050
23.	Зевс Тревел	15268	700	н.о.*

н.о. - компанії не публікували дані про кількість своїх туристів*

Більшість представників дев'ятки є володарями престижних у сфері туризму, беруть участь в українських і міжнародних туроператорських рейтингах і можуть похвалитися довгою історією. Ми відібрали дев'ять кращих туристичних туроператорів по таких критеріях, як кількість відправлених за попередній рік туристів, надійність, позитивні відгуки клієнтів. Як правило, вони мають широкий асортимент і пропонують варіанти відпочинку по масових туристичних напрямках: Туреччини, Єгипту, ОАЕ, Європі і екзотичним країнам. **Екскурсійні оператори** спеціалізуються на організації пізнавальних подорожей для цінителів і любителів історії. Тури із Києва, Одеси, Львова та інших міст – тривалість 4-5 днів (автобусні або з перельотом) дозволяють ознайомитися з визначними пам'ятками одного або декількох міст (або навіть країн). Для таких подорожей туроператори розробляють найбільш зручні маршрути, вибирають готелі і розважальну програму. Все популярніше стають авторські тури, присвячені якій-небудь темі або релаксу [6].

Туроператор об'єднує декілька туристичних послуг в комплексний продукт (туристичний пакет, тур) і продає сформовані тури туристам (безпосередньо або через турагентства). Звичайно до складу пакету входить мешкання, транспортне обслуговування, трансфер від аеропорту або вокзалу до готелю і туристична страховка. Окрім основних послуг, в тур можуть входити додаткові – екскурсії, оренда спорядження і т.д. Як правило, вартість туристичного пакету нижче, ніж при умові самостійного придбання окремих послуг. Крім того, туроператори пропонують тури, «гарячі тури», із знижками до 50% від звичайної ціни. Туроператор створює туристичний продукт. Для цього він укладає договори з готелями, транспортними і трансферними компаніями, страховими компаніями і іншими постачальниками туристичних послуг. Туроператор виступає замовником чартерних рейсів, викупляє блоки місць в готелях і т.д. [8].

Турагентство реалізує (продає) туристичні пакети різних туроператорів. Для цього туристичне агентство укладає туроператором агентські договори. Турагент діє від імені, за дорученням і під контролем туроператора. Зобов'язання по наданню туристичних послуг перед туристами несе туроператор. Крім того, турагентство консулює туристів і підбирає їм тури, а також надає послуги бронювання туристичних пакетів і окремих туристичних послуг (мешкання, квитків, страховок, екскурсій) [9].

Багатопрофільний туроператор масового туризму організовує тури відразу в декілька (або навіть декілька десятків) популярних країн. По найбільш затребуваних напрямках, масові туроператори є замовниками довгих ланцюжків чартерних рейсів або купцями крупних блоків місць на регулярних авіаперельотах. Крім того, він оптом бронює велику кількість номерів в популярних готелях. Це дозволяє вартість перевезення, мешкання, загальну вартість турів і запропонувати масовий продукт за доступною ціною. Нішевий туроператор орієнтований на одне або декілька напрямів або видів відпочинку. Наприклад, він може спеціалізуватися на Балканських країнах або відпочинку на островах, Vip-відпочинку, організації подієвих турів, турів бізнесу, медичному туризмі і т.д. [10].

У своїй ніші такі туроператори є справжніми експертами і надають високоякісний сервіс. Часто (але не завжди) нішеві туроператори можуть запропонувати відмінні ціни, конкуруючи з масовими багато профільними операторами. По кількості обслужених туристів, в ТОП-10 туроператорів України входять: ANEX Tour, JoinUP!, TUI Ukraine, Coral Travel, Pegas Touristik, TEZ Tour, Компас, TPG, Альф, Орбіта [9].

При формуванні турів за рубіж, туроператор укладає договори з постачальниками туристичних послуг у валюті (доларах або євро). Відповідно, ціна сформованого туристичного пакету також розраховується у валюті. При цьому згідно законодавства України, продаж турів може проводитися в національній валюті – гривні. Для перерахунку вартості туру в гривню туроператор використовує встановлений їм самим внутрішній комерційний курс. Він може відрізнятись від курсу НБУ у більшу сторону. Це пов'язано з двома чинниками. По-перше, для оплати послуг іноземних партнерів валюти проводиться по курсу міжбанківського ринку, з урахуванням комісії банків за здійснення операцій. По-друге, туроператор може закладати в комерційний курс ризику коливань вартості валюти [8].

Вся туристична галузь з початком бойових дій практично зупинилася. На момент початку агресії, ніхто не був готовий і не міг навіть такого, розповідає в коментарі РБК-Україна **Олена Жваво**, співзасновник туроператора «TPG». «Ми спочатку трохи розгубилися, анулювали ті тури, які було можливо, просили «заморозити» оплати в готелях до стабілізації обстановки», – говорить вона. Хтось із співробітників виїхав, хтось залишився в Україні. Працювали дистанційно: вирішували питання туристів, що залишилися за кордоном. «Перша декада була дуже жорстка – багато туристів просили пересадити їх на літаки ближче до дому, а менеджери працювали в умовах обстрілу і загрози захоплення Києва», – прокоментувала керівник компанії. За її словами, тоді дуже допомогли партнери: вони приймали безкоштовно наших туристів в готелях. Вивозили у той час туристів по широкій географії країн: Шрі-Ланки, Мальдів, Чехії [11].

Деякі агенти хочуть, щоб тур оператор «TPG» організував тури за кордоном – з Польщі до Туреччини, наприклад. Але зовнішньоекономічна діяльність заморожена – неможливо перевести кошти партнерам, тому такий тур організувати неможливо, пояснює експерт. «У нас є представництва в Польщі, Казахстані. Якщо встане питання, ми перебудовуватимемося. Але поки незрозуміло, який продукт продавати – щоб нас стали продавати поляки, потрібно, щоб вони дізналися про нас, а там достатньо своїх туроператорів. Це величезна праця і дуже великі капіталовкладення», – говорить Олена Жваво. [11].

Компанія «TEZ Tour Україна» продовжує роботу під час війни – співробітники займаються переоформленням бронювань, розрахунками і поточними справами. Проте основна туристична діяльність туроператора поставлена на паузу. «Для того, щоб продовжувати робити бронювання, потрібно переводити кошти за. Тобто наша компанія повинна купувати валюту і переводити її партнерам в інших країнах. Сьогодні це заборонено робити, окрім критичних сфер, до яких туризм не відноситься. Це основна причина, через яку ми змушені були припинити діяльність», – розповіла РБК-Україна представниця компанії «TEZ Tour Україна» [12].

В Україні виїзний туризм став на паузу – є тільки одиничні бронювання: наземне обслуговування, готель комусь забронювати, трансфер організувати, купити квитки по Європі, відзначає в коментарі РБК-Україна **Олег Кулік**, генеральний директор мережі туристичних агентств «Поїхали з нами». У компанії пробують організувати частину менеджерів, щоб вони працювали з казахськими і молдавськими туристами. Поки до роботи повертають по 10-15 менеджерів [13].

«З українською мережею «На канікули» працюємо над відкриттям агентства в Польщі, а через місяць-два плануємо відкритися в Ташкенті. Тобто, з одного боку, розширюємося на схід, з іншою – на захід», – говорить Олег Кулік. Менеджерам з України складно працювати без знання мови, тому компанія підбирає в Польщі співробітників серед українців із знанням польської. На сьогодні у Польщі близько 4 мільйонів українців – хтось біженці, а хтось приїхав з фінансами. Тому розглядаємо також варіант, що нашими клієнтами будуть українці. Хоча бачимо, що туристичний ринок кардинально відрізняється від нашого. Але ми розбираємося і підлаштовуємося під ті умови, які існують», – ділиться планами керівник туристичної компанії [14].

Евакуаційні рейси в країни ЄС й інші держави – ще одна ніша, яку заповнюють туркомпанії з України. Одна з таких – Adriatic Travel з головним офісом в Львові. Компанія спеціалізувалася на екскурсійних турах до Туреччини, Чорногорії, Албанії та інших курортних країн. Зараз же з'явився великий попит на виїзд серед тих, хто виїжджає з України. Найчастіше українці запрошують евакуаційні рейси до Болгарії, Німеччини і Чехії [15]. урператори продовжують працювати всупереч існуючим умовам. Зберегти

свою діяльність намагаються і туристичні агенти, які починають пропонувати свої послуги в організації відпочинку. Багато туристичних агентів шукають можливості відновити роботу в нових умовах і розглядають нестандартні рішення.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) прогнозує безпрецедентну кризу і скорочення доходів сфери туризму в світі до 45%, у випадку якщо конфлікт продовжиться до вересня, цей показник може досягти 70%. Оскільки сфера туризму є важливою частиною економіки багатьох країн – це призведе до негативного впливу макроекономічних показників країн, в яких сфера туризму найбільш розвинена. Багато країн вжили рішучих заходів з підтримки сфери туризму, проте це може виявитися недостатнім для відновлення туристичного сектора. Однією з головних цілей є підтримка компаній у сфері туризму і їх співробітників.

Література

1. Туризм в Україні. URL: <https://seychas-v-rabote/proekty/turizm-v-m...>
2. Яценко Б.П., Любіцева О.О., Бейдик О.О. Індустрія національного туризму: проблеми формування та сучасний стан. *Економічна і соціальна географія*. Міжвід. наук. зб. К., 2018. Вип. 46. С. 42–46.
3. В Україні спостерігається поступове зростання доходів від туристичного збору. URL: <https://www.unsplash.com/artem-zhukov>
4. Что происходит с турфирмами в Украине. Читайте РБК-Украина в Google News. TRAVEL РБК-Україна. URL: https://www.travel.rbk.ua/ chto_proyskhodyt_s_turfyrmamy_v_Ukrayne/ e-unwto.org/doi/book/
5. Особливості туroperejтингу як виду діяльності. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/osoblyvosti_turoperejtynhu_iak_vydu_diial'n.
6. Популярные экскурсионные операторы. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/populiarnye_ekskursyonnye_operatory.
7. Рейтинг крупнейших туropераторов. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/spilnota.net.ua/ua/article/id1680/>.
8. Частые вопросы о туropераторах. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua>
9. Лучшие туropераторы Украины 2022. Частые вопросы о туropераторах. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/www.ukrinform.ua/rubric-tourism>
10. Где купить туры украинских туropераторов. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/www.ukrinform.ua/rubric-tourism/678384/hde_kupyt_tury_ukraynskykh_turoperatorov.
11. Что происходит с турфирмами в Украине. TRAVEL РБК-Україна. URL: <https://www.travel.rbk.ua/mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>.
12. Пауза в туризмі і захист своєї країни. РБК-Україна в Google News. URL: <https://www.travel.rbk.ua/>
13. Мережа агентств припинила бізнес в Білорусі. TRAVEL РБК-Україна. URL: <https://www.travel.rbk.ua/>
14. Турагенти пропонують подорожі з інших країн. Читайте РБК-Україна в Google News. TRAVEL РБК-Україна. URL: https://www.travel.rbk.ua/turahenty_propouuiut_podorozhi_z_inshykh_krain.
15. Евакуаційні рейси Києва на захід країни. Читайте РБК-Україна в Google News. TRAVEL РБК-Україна. URL: https://www.travel.rbk.ua/evakuatsijni_rejisy_Kyieva_na_zakhid_krainy.

References

1. Turyzm v Ukraini. URL: <https://seychas-v-rabote/proekty/turizm-v-m...>
2. Yatsenko B.P., Liubitseva O.O., Beidyk O.O. Industriia natsionalnogo turyzmu: problemy formuvannya ta suchasnyi stan. *Ekonomichna i sotsialna heohrafiia*. Mizhvid. nauk. zb. K., 2018. Vyp. 46. S. 42–46.
3. V Ukraini sposterihaetsia postupove zrostantia dokhodiv vid turystychnoho zboru. URL: <https://www.unsplash.com/artem-zhukov>
4. Chto proshodit s turfirmyami v Ukraine. Chitajte RBK-Ukraina v Google News. TRAVEL RBK-Ukrayina. URL: https://www.travel.rbk.ua/ chto_proyskhodyt_s_turfyrmamy_v_Ukrayne/ e-unwto.org/doi/book/
5. Osoblyvosti turoperejtynhu yak vydu diialnosti. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/osoblyvosti_turoperejtynhu_iak_vydu_diialn.
6. Populyarnye ekskursionnye operatory. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/populiarnye_ekskursyonnye_operatory.
7. Rejting krupnejshih turopераторов. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/spilnota.net.ua/ua/article/id1680/>.
8. Chastye voprosy o turopераторах. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua>
9. Luchshie turopераторы Украины 2022. Chastye voprosy o turopераторах. URL: <https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/www.ukrinform.ua/rubric-tourism>
10. Gde kupit tury ukraynskykh turopераторов. URL: https://www.travel.rbk.ua/piligrim.ua/www.ukrinform.ua/rubric-tourism/678384/hde_kupyt_tury_ukraynskykh_turoperatorov.
11. Chto proshodit s turfirmyami v Ukraine. TRAVEL RBK-Ukraina. URL: <https://www.travel.rbk.ua/mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>.
12. Pauza v turyzmi i zakhyst svoiei krainy. RBK-Ukraina v Google News. URL: <https://www.travel.rbk.ua/>
13. Merezha ahentstv prypynyla biznes v Bilorusi. TRAVEL RBK-Ukraina. URL: <https://www.travel.rbk.ua/>
14. Turahenty propouuiut podorozhi z inshykh krain. Chytaite RBK-Ukrayna v Google News. TRAVEL RBK-Ukraina. URL: https://www.travel.rbk.ua/turahenty_propouuiut_podorozhi_z_inshykh_krain.
15. Evakuatsiini reisy Kyieva na zakhid krainy. Chytaite RBK-Ukrayna v Google News. TRAVEL RBK-Ukraina. URL: https://www.travel.rbk.ua/evakuatsijni_rejisy_Kyieva_na_zakhid_krainy.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-11>

УДК 338.2

Сергій МАТЮХ

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9899-109X>

e-mail: matuh@khmnu.edu.ua

Віктор ЛОПАТОВСЬКИЙ

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-8830-1398>

e-mail: viktor_lopatovskiy@khmnu.edu.ua

Юрій КРАВЧИК

Хмельницький національний університет, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-2780-5605>

e-mail: yurii_kravchik@khmnu.edu.ua

ЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ПРІОРИТЕТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У дослідженні розкрито актуальність проблеми формування та ефективного використання потенціалу економічного зростання України. Здійснено аналіз структури населення України (за статусом робочої сили, зайнятих і безробітних) у 2010–2021 рр. Проаналізовано ситуацію щодо оплати праці, а також заборгованості з її виплати у видах економічної діяльності економіки України. Відображено динаміку обсягів реалізованої промислової продукції вітчизняними підприємствами у 2010–2021 рр., у т. ч. за галузями промисловості України. Охарактеризовано структуру вітчизняного промислового виробництва станом на січень 2022 р. Наведено інформацію відносно індексів будівельної продукції та сільського, лісового і рибного господарства в Україні у 2015–2021 рр. Здійснено аналіз позицій економіки України у світовому рейтингу цифрової конкурентоспроможності. Узагальнено ключові проблемні аспекти та перешкоди реалізації економічного потенціалу України. Визначено стратегічні пріоритети системної державної політики становлення ефективної моделі забезпечення економічного зростання в Україні.

Ключові слова: національна економіка; економічний потенціал; пріоритети відновлення; реальний сектор економіки; сталий розвиток.

Serhii MATIUKH, Viktor LOPATOVSKYI, Yurii KRAVCHYK,
Khmelnitskyi National University

ECONOMIC TRENDS OF UKRAINE'S DEVELOPMENT AND PRIORITIES OF REALIZATION OF NATIONAL ECONOMY POTENTIAL

The aim of the article is to analyze the state and trends of Ukraine's economy at the current stage of its development, as well as to substantiate the strategic priorities of state policy to overcome challenges and ensure better realization of the potential of Ukraine's national economy.

The study reveals the urgency of the problem of forming and effective use of Ukraine's economic growth potential.

The analysis of the structure of the population of Ukraine (by the status of labor force, employed and unemployed) in 2010–2021. The situation regarding wages and arrears of its payment in the types of economic activity of the economy of Ukraine is analyzed. The dynamics of volumes of industrial products sold by domestic enterprises in 2010–2021, including by industries of Ukraine, is reflected. The structure of domestic industrial production as of January 2022 is described. The information on indices of construction products and agriculture, forestry and fisheries in Ukraine in 2015–2021 is given. The analysis of positions of economy of Ukraine in the world rating of digital competitiveness is carried out.

The key problematic aspects and obstacles to the realization of Ukraine's economic potential are summarized, in particular, the deterioration of intellectual and human resources and the growth of the volume and level of unemployment; low level of wages and increase in arrears of wages; irrational structure and small volumes of industrial production; instability of production and sales of products of the real sector of the economy; weak positions of big business entities; low innovation and technological activity and the ability to carry out full-scale digital transformation of the national economy.

The applied significance of the research results is that the strategic priorities of the systemic state policy of establishing an effective model of economic growth in Ukraine, namely - the diversification of international economic relations and foreign trade; ensuring the stability and independence of the financial system of the state; convergence of the social security system with leading international practices; realization of the potential of "drivers" of economic sovereignty and development; strengthening energy independence, increasing energy efficiency and savings; building and improving the capacity of critical infrastructure elements; ensuring the functional and structural integration of the economic complex.

Keywords: national economy; economic potential; recovery priorities; real sector of the economy; sustainability.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На сучасному історичному етапі (за понад тридцятирічний період незалежності країни) розвиток економіки України нестабільний. Якщо для дев'яностих років характерним був шок переходу від однієї системи господарювання (причому в стадії повного занепаду) до іншої та такі його наслідки, як стагнація виробництва, брак робочих місць, високе безробіття, низькі доходи населення, дефіцит продуктів тощо, то

на початку двотисячних років почалося економічне похвалення і поступове підвищення якості життя населення. З різним перманентним успіхом, але крива економічного зростання мала висхідну тенденцію, що позитивно. На разі піком соціально-економічного розвитку стали 2012-2013 роки, коли в країні було проведено Євро-2012. Специфіка цього періоду – найбільші обсяги інвестування в національну економіку, приріст промислового виробництва, активізація інноваційної діяльності, зростання доходів населення і тому подібне. У 2014 р. розпочалася війна і зовнішнє воєнне вторгнення РФ до України. Логічно, що це мало наслідком втрату частини територій та близько 20–25 % економічного, зокрема промислового, потенціалу країни, дестабілізацію соціальної сфери й економічної системи, погіршення динаміки розвитку і нарощування показників функціонування базових видів економічної діяльності.

Відтак, подальший економічний розвиток нашої країни в значній мірі обмежується потужними зовнішніми впливами – агресією з боку РФ, гібридним втручанням, періодичними світовими фінансово-економічними кризами і нестабільністю. Проте, наявні й чисельні внутрішні проблеми. Це головню зовнішня міграція населення, корупція, консервування непродуктивної галузевої структури економіки, боргові зобов'язання, нестабільність політичної системи тощо.

Відповідно, аналізування сучасних економічних тенденцій розвитку країни дозволяє сформулювати висновки щодо збереження або зміни процесів, ключових чинників розвитку національної економіки, що є вагомим інформаційно-аналітичним базисом обґрунтування й ухвалення раціональних рішень з більш якісного і інтенсивного використання наявного економіко-ресурсного потенціалу країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемам формування та реалізації державної політики забезпечення соціально-економічного розвитку держави, регіонів, а також ролі в цих процесах суб'єктів господарювання, їх внеску в економічний і суспільний розвиток, присвячено достатньо багато уваги у публікаціях О. Білана [2, с. 75–79], О. Герасименко [5, с. 39–43], О. Карпенка [6] та ін. дослідників. Аспекти розвитку процесів формування й використання ресурсного забезпечення (у т. ч. капіталу і праці, інтелектуально-кадрового потенціалу) розвитку національного господарства розкриті в працях С. Гринкевич [3, с. 24–27], С. Левицької [7, с. 255–262], О. Чижишин [10, с. 127–130]. Публічно-приватні практики та підходи до підготовки і реалізації проектів соціально-економічного розвитку за участі представників держави, бізнесу, громадськості, ін. суб'єктів стали предметом наукових дискурсів О. Бедзай, Т. Федченко [1, с. 70–74], Р. Лупака [8, с. 320–325], О. Рудковського [4, с. 4–8], А. Мостепанюка [9, с. 13–22] та ін. науковців.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття.

Таким чином, на сьогодні, теоретико-методичний базис дослідження процесів економічного зростання розвинений в достатній мірі. Однак, економіка України не стабільна, є такою, що у значній мірі залежить від внутрішніх політичних, фінансових і господарських процесів, а також зовнішніх викликів, шоків, впливів і т. ін. Відтак, моніторинг та аналізування сучасних найбільш актуальних аспектів та трендів розвитку економіки України та її соціальної сфери – питання постійної стабільної актуальності. В тому числі за результатами таких досліджень з'являються можливості обґрунтування ефективних і своєчасних управлінських рішень зі стабілізації ситуації, посилення економічної безпеки держави, забезпечення її сталого і структурно (у тому числі в регіональному аспекті) збалансованого розвитку.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз стану та тенденцій функціонування економіки України на нинішньому етапі її розвитку, а також обґрунтування стратегічних пріоритетів державної політики подолання викликів і забезпечення кращої реалізації потенціалу національної економіки України.

Виклад основного матеріалу

Економіка України протягом всього періоду незалежності розвивалася у більшій мірі хаотично, аніж за найкращими сценаріями побудови конкурентоспроможного й ефективного національного господарства. З-поміж причин такого стану справ виокремимо принаймні три: (1) обмеженість повноцінного якісного (передовсім інтелектуально-кадрового, інноваційно-технологічного, фінансово-інвестиційного) ресурсного забезпечення та нераціональне використання наявного; (2) відсутність реальних структурних реформ та інституційних зрушень; (3) регіональні дисбаланси розвитку та невикористання регіональної спеціалізації й місцевого потенціалу.

Так, нинішній етап розвитку економіки України ознаменувався активізацією зовнішніх міграційних процесів, які з трудовою все більше переростають у стаціонарну міграцію та міграцію родин; останнім часом з України все більше виїждять висококваліфіковані фахівці, науковці, винахідники, підприємці і т. п. У 2021 р. тенденція до звуження робочої сили зберіглася і до 2020 р. обсяги робочої сили скоротилися на 2,3 % (табл. 1).

Таблиця 1

Населення України за статусом участі в складі робочої сили у 2010, 2015, 2018-2021 рр., тис. осіб

Показники	Роки							Темпи зростання, % в.п.	
	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2010	2021/2020
Робоча сила	22051,6	18097,9	17854,4	17939,5	18066,0	17589,5	17182,9	77,92	97,69
Зайняті	20266,0	16443,2	16156,4	16360,9	16578,3	15915,3	15377,1	75,88	96,62
Частка зайнятих у робочій силі, %	91,90	90,86	90,49	91,20	91,77	90,48	89,49	-2,41	-0,99
Безробітні	1785,6	1654,7	1698,0	1578,6	1487,7	1674,2	1805,8	101,13	107,86
Частка безробітних у робочій силі, %	8,10	9,14	9,51	8,80	8,23	9,52	10,51	2,41	0,99

Джерело: складено автором за [6]

Для всього періоду 2010–2021 рр. характерною стала тенденція до погіршення забезпеченості економіки України як людськими ресурсами, так і кадрами. За 2010–2021 рр. обсяги робочої сили скоротилися на 22,08 % або на 4,9 млн осіб, що суттєво. Скорочення чисельності зайнятих було ще відчутнішим. Відповідні показники становили 24,12 % та майже 5,0 млн осіб. Знизилася й частка зайнятих у робочій силі – на 2,41 в. п. Тоді як показники безробіття зростають, що логічно. За 2010–2021 рр. чисельність безробітних зросла на 1,13 % (на 20 тис. осіб), а частка безробітних у робочій силі – на 2,41 в. п. з 8,1 % (у 2010 р.) до 10,51 % (у 2021 р.). Однак, фактичні дані (з урахуванням тіньової економіки і прихованої, гібридних форм зайнятості, а також зовнішньої міграції) кардинально вищі. За різними оцінками рівень безробіття в Україні сягає 20-25 %.

Однією з причин деформованої структури зайнятості залишається низький рівень оплати праці та наявність постійної заборгованості з її виплати. Так, середня заробітна плата в економіці України у грудні 2021 р. становила 17,5 тис. грн, що є еквівалентом біля 500 дол. США. Притому в низці галузей показник був нижчим – тимчасове розміщення й організація харчування (9,7 тис. грн), операції з нерухомим майном (13,4 тис. грн), охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (14,8 тис. грн), освіта (14,9 тис. грн), торгівля (15,9 тис. грн) та ін.

При такій низькій оплаті праці практично щороку зростає сума заборгованості зі виплати заробітної плати. Так, на 1 лютого 2022 р. на підприємствах і організаціях країни накопичилося 3,1 млрд боргу з оплати праці. Якщо проаналізувати цей показник в структурі, то 72,7 % припадало на промисловість. Відтак, суб'єкти господарювання саме цього виду економічної діяльності мають найбільші проблеми з оплати праці, що негативно, адже це суб'єкти реального сектора економіки, де створюється найбільша додана вартість.

Таблиця 2

Заробітна плата (у грудні 2021 р.) та заборгованість зі виплати заробітної плати (на 1.02.2022 р.) працівникам за видами економічної діяльності в Україні

Види економічної діяльності	Заробітна плата, тис. грн.	Сума заборгованості, млн грн.	Структура, %	Темпи зростання заборгованості до 1.01.2022 р.	Темпи зростання заборгованості до 1.01.2021 р.
Загалом	17,5	3072,3	100,0	95,8	118,6
Сільське, лісове та рибне господарство	16,0	44,1	1,44	97,4	4,6
Промисловість	18,1	2232,4	72,66	92,6	111,6
Будівництво	12,9	121,6	3,96	128,4	4,9 р.
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	15,9	49,6	1,61	152,9	189,7
Транспорт, складське господарство	16,7	163,7	5,33	81,2	119,1
Тимчасове розміщення й організація харчування	9,7	1,9	0,06	85,7	14,2
Інформація та телекомунікації	29,9	8,2	0,27	45,6	3,3 р.
Фінансова та страхова діяльність	31,3	0,3	0,01	2,7	94,6
Операції з нерухомим майном	13,4	148,8	4,84	4,2 р.	5,8 р.
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	26,9	5,9	0,19	149,5	123,1
Освіта	14,9	12,8	0,42	152,5	103,3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	14,8	97,6	3,18	192,0	3,8 р.
Мистецтво, спорт, розваги, відпочинок	15,5	3,9	0,13	2,8 р.	4,8 р.

Джерело: складено автором за [6]

З-поміж інших видів економічної діяльності найбільш проблемними є транспорт і складське господарство (5,33 % у структурі загальної по економіці заборгованості з оплати праці), операції з нерухомим майном (4,84 %), будівництво (3,96 %), охорона здоров'я і надання соціальної допомоги (3,18 %), торгівля (1,61 %) та сільське, лісове і рибне господарство (1,44 %). Крім того, практично у всіх з перелічених видів економічної діяльності наявна тенденція до подальшого нарощування боргів з оплати праці, що негативно. Подальший розвиток цих тенденцій призведе й до нарощування проблем з кадровим забезпеченням підприємств.

Економічне зростання кожної країни визначають базові види економічної діяльності. Це сільське господарство і АПК, промисловість, будівництво і т. п. На жаль, ситуація з обсягами діяльності в цих видах економічної діяльності України не стабільна. До прикладу, в останні роки економіка нашої держави все більше прямує до аграрної, що має як позитивні, так і дискусійні наслідки. З одного боку, нарощення обсягів виробництва і реалізації аграрної продукції – це нові робочі місця, збільшення ВВП та ВРП, податкових поступлень. З іншого, – консервує постіндустріальний тип національного господарства. Так, для 2021 р. характерним стало значне нарощення обсягів сільськогосподарської продукції (табл. 3). За господарствами всіх категорій приріст становив 14,4 %, а за продукцією рослинництва – 19,9 %. Наростили виробництво головно підприємства – 19,2 %, тоді як внесок господарства населення склав лише 5,5 %.

Таблиця 3

Індекси сільськогосподарської продукції за категоріями господарств в Україні у 2015–2021 рр.

Показники	Роки							Темпи зростання, в.п.	
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021/ 2010	2021/ 2020
Господарства всіх категорій	95,2	106,3	97,78	108,2	101,4	89,9	114,4	19,20	24,50
продукція рослинництва	94,8	109,1	97,1	110,2	101,8	87,9	119,9	25,10	32,00
продукція тваринництва	96,4	97,3	100,2	101,2	100,2	97,5	95,6	-0,80	-1,90
Підприємства	94,8	109,7	97,0	112,0	102,7	88,0	119,2	24,40	31,20
Господарства населення	95,8	100,9	99,3	101,7	99,1	93,6	105,5	9,70	11,90

Джерело: складено автором за [6]

Однак, ситуація й у цій галузі не стабільна. До прикладу, у 2015, 2017 та 2020 рр. індекси сільськогосподарської продукції в Україні мали низхідний характер. Це по-перше, а по-друге, за рідким винятком 2017–2019 рр. в країні зменшуються обсяги виробництва продукції тваринництва, що негативно, адже продукція цієї галузі сільського господарства має вищий рівень доданої вартості. Продукція тваринництва також є однією з провідних з огляду на продовольчу безпеку країни.

В Україні зростають обсяги реалізованої промислової продукції, що позитивно. Так, за 2010–2021 рр. показник зріс у понад 3,1 рази (табл. 4). В рази зросли й обсяги реалізації промислової продукції за базисними галузями промисловості – переробною, виробництвом фармацевтичних продуктів, комп'ютерів, електричного устаткування, автотранспортних засобів, у металургії, машинобудуванні.

Таблиця 4

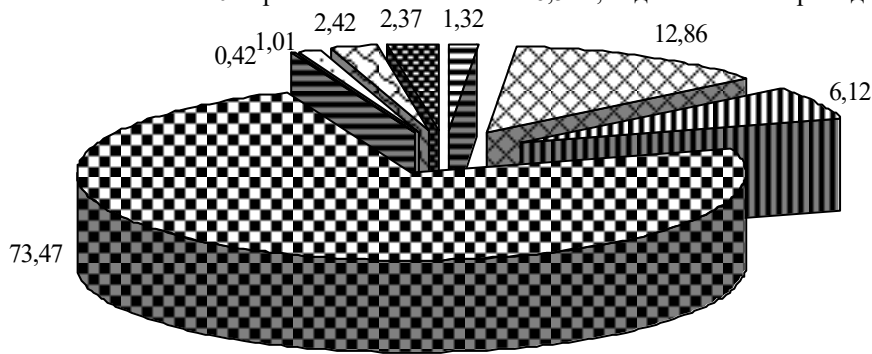
Обсяги реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за окремими галузями промисловості в Україні у 2010, 2015, 2019, 2020–2021 рр., млрд грн.

Галузі	Роки					Темпи зростання, %	
	2010	2015	2019	2020	2021	2021/ 2010	2021/ 2020
Промисловість	1065,9	1776,6	3019,4	3201,9	3294,8	3,1 р.	102,90
Переробна промисловість	716,4	1139,2	1828,3	1854,5	1952,8	2,7 р.	105,30
Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	7,4	20,3	37,4	42,4	43,5	5,9 р.	102,59
Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів	200,6	278,5	423,5	395,6	423,7	2,1 р.	107,10
Машинобудування	99,3	115,3	212,0	194,6	201,8	2,0 р.	103,70
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	7,0	8,8	16,8	15,8	13,9	198,57	87,97
Виробництво електричного устаткування	16,2	24,0	40,9	35,7	33,2	2,0 р.	93,00
Виробництво інших машин та устаткування	31,2	41,9	71,1	70,8	79,8	2,6 р.	112,71
Виробництво автотранспортних засобів, причепів та напівпричепів	44,8	40,5	83,3	72,3	78,1	174,33	108,02

Джерело: складено автором за [6]

Разом із тим, обсяги вітчизняної промисловості залишають не достатніми з огляду той значний економічний потенціал, яким володіє Україна. До прикладу, за 2020–2021 р. темпи приросту промислової продукції за головними галузями промисловості були низькими, а подекуди – від'ємними; не раціонально залишається й структура промислового виробництва, коли більша частина продукції припадає на

виробництво сировинної продукції з низьким рівнем доданої вартості (рис. 1). Так, провідні галузі промисловості станом на січень 2022 р. обіймали лише біля 26,5 %, тоді як на інші припадало – 73,5 %.



- Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів
- ▣ Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів
- ▣ Машинобудування
- ▣ Інші галузі
- ▣ Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції
- ▣ Виробництво електричного устаткування
- ▣ Виробництво інших машин та устаткування
- ▣ Виробництво автотранспортних засобів, причепів та напівпричепів

Рис. 1. Структура галузей промисловості України станом на січень 2022 р.

Джерело: складено автором за [6]

На машинобудування припадало лише 6,12 % промислової продукції, виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 0,42 %, на виробництво автотранспортних засобів, причепів та напівпричепів – 2,37 %. Економіка з такою нераціональною структурою промисловості априорі на може бути конкурентоспроможною та ефективною.

Позитивно, що для періоду 2015–2021 рр. в Україні характерний постійний приріст обсягів будівельної продукції (табл. 5). Однак, якщо у 2017, 2019 рр. приріст сягав 25 %, то в останні роки темпи зростання суттєво знизилися – 101,2 % у 2021 р. Для 2020-2021 рр. характерною стала низхідна динаміка індексів за будівлями – 93,7 % у 2020 р. та 94,2 % у 2021 р.

Таблиця 5

Індекси та структура будівельної продукції в Україні у 2015, 2017–2021 рр.

Показники	Роки						Темпи зростання, в.п.	
	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2010	2021/2020
Всього	87,5	126,4	108,6	123,6	105,6	101,2	13,7	-4,4
Будівлі	91,7	121,5	103,5	119,1	93,7	94,2	2,5	0,5
%		50,0	47,3	46,0	39,9	39,5	51,2	61,7
житлові	98,9	116,3	100,9	104,8	83,5	96,9	-2	13,4
%		22,5	20,8	18,3	14,4	12,8	78,7	88,4
нежитлові	85,8	126,1	105,7	130,3	100,3	92,5	6,7	-7,8
%		27,5	26,5	27,7	25,5	24,9	73,7	76,3
Інженерні споруди	83,7	131,7	113,6	127,7	115,6	111,6	27,9	-4
%		50,0	52,7	54,0	60,1	60,5	51,2	40,7

Джерело: складено автором за [6]

Для вітчизняного будівельного сектора характерною є ще одна проблема. Вона криється у недостатньо раціональній структурі будівництва. До прикладу, якщо у 2017 р. частка будівництва житлових і нежитлових будівель обіймала 50,0 %, то до 2021 р. ситуація істотно змінилася і вже понад 60 % припадало на інженерні споруди, тоді як на житлове будівництво – 12,8 %, нежитлові будівлі – 24,9 %.

Україна продовжує залишатися імпортозалежною. У більшості років періоду 2005–2021 рр. обсяги імпорту (за товарами) перевищували обсяги експорту та, відповідно, коефіцієнт покриття експортом імпорту (ключовий індикатор зовнішньоекономічної безпеки національної економіки) був нижче одиниці (табл. 6).

Таблиця 6

Показники зовнішньоекономічної діяльності в Україні у 2005, 2010, 2015, 2020-2022 рр.

Показники	Роки					Темпи зростання, в.п.	
	2005	2010	2015	2020	2021	2021/ 2005	2021/ 2020
Експорт товарів, млрд дол. США	34,2	51,4	38,1	49,2	68,1	199,12	138,41
Експорт послуг, млрд дол. США	6,4	12,3	9,7	11,5	13,2	206,25	114,78
Загальний експорт, млрд дол. США	40,60	63,70	47,80	60,70	81,30	200,25	133,94
Імпорт товарів, млрд дол. США	36,1	60,7	37,5	54,3	72,8	201,66	134,07
Імпорт послуг, млрд дол. США	2,9	5,5	5,5	5,7	7,6	262,07	133,33
Загальний імпорт, млрд дол. США	39,00	66,20	43,00	60,00	80,40	206,15	134,00
Коефіцієнти покриття імпорту експортом							
За товарами	0,95	0,85	1,02	0,91	0,94	0,03	0,95
За послугами	2,21	2,24	1,76	2,02	1,74	-0,28	2,21
Загалом	1,04	0,96	1,11	1,01	1,01	0,00	1,04

Джерело: складено автором за [6]

З іншого боку, позитивним є нарощення обсягів зовнішньоторговельних операцій, що характерне для економіки України за аналізований період. Так, обсяги експорту товарів у 2021 р. збільшилися до 68,1 млрд дол. США, що було на 38,41 % більше ніж у 2020 р. та практично у двічі більше, ніж у 2005 р. Аналогічні показники для експорту послуг становили 13,2 млрд грн, 14,8 % та 2,1 рази. За 2005–2021 рр. загальний вітчизняний експорт збільшився у 2,0 рази та досяг позначки 81,3 млрд дол. США.

Притому для України низькими все ще залишаються коефіцієнти покриття імпорту експортом. Якщо за послугами картина достатньо оптимістична і обсяги експорту практично вдвічі перевищують імпорт, то за товарами ситуація не настільки оптимістична.

Для вітчизняної економіки характерні й інші структурні вади. Важливо виокремити що мінімум дві з таких. По-перше, це низка роль і недостатній внесок сектора малого бізнесу в економічне зростання. По-друге, низька інноваційно-технологічна компонента розвитку національної економіки.

Відносно першого, то у 2021 р. в Україні налічувалося 373,8 тис. одиниць суб'єктів господарювання, з яких лише 0,1 % (біля 500 од.) припадало на великі підприємства. На середні суб'єкти господарювання припадало 4,7 %. Відповідно, понад 95 % діючих суб'єктів господарювання національної економіки – це малі підприємства. Причому 82,4 % з них – мікро. Така структура не може бути характерною для потужної конкурентоспроможної економіки. Відтак, органам влади слід працювати над зростанням частки як за чисельністю суб'єктів, так і обсягами господарювання середніх і що важливіше – великих підприємств. Адже на нині великих підприємств у сільському господарстві налічувалося лише 36, у будівництві – 14, в торгівлі – 160, на транспорті – 28 од.

Україна продовжує обіймати не надто високі позиції у провідних міжнародних рейтингах інноваційно-технологічного розвитку та цифрової трансформації економіки у суспільства. До прикладу, на 2021 р. у світовому рейтингу цифрової конкурентоспроможності Україна займала лише 54 позицію зі 64 країн у рейтингу (табл. 7). Найкращою в нас була компонента «Знання» (37 місце), тоді як суттєві проблеми характерні для таких компонент, як «Технології» (58 місце) та «Готовність до майбутнього» (58 місце). Очевидно, що країна, яка прагне бути конкурентоспроможною та сучасною, з розвиненим цифровим суспільством і економікою, має забезпечувати якісну нормативно-правову базу цифрової трансформації економіки й суспільства, нарощувати інноваційно-інвестиційний капітал, розвивати технологічну інфраструктуру, розвивати ділову активність у секторі високотехнологічних стартапів, забезпечувати ІТ-інтеграцію всіх сфер та секторів національної економіки.

Таблиця 7

Місця України у світовому рейтингу цифрової конкурентоспроможності у 2017–2021 рр.

Складові рейтингу	Роки				
	2017 (63 країни)	2018 (63 країни)	2019 (63 країни)	2020 (63 країни)	2021 (64 країни)
Загальний індекс цифрової конкурентоспроможності	60	58	60	58	54
Компонента 1 – Знання	45	39	40	38	37
Субіндекс «Таланти»	57	55	57	52	46
Субіндекс «Навчання та освіта»	26	22	21	19	18
Субіндекс «Науково-дослідна робота»	45	40	49	50	55
Компонента 2 – Технології	62	61	61	59	58
Субіндекс «Капітал»	62	61	62	59	55
Субіндекс «Нормативно-правова база»	56	54	54	54	46
Субіндекс «Технологічна інфраструктура»	60	57	60	58	57
Компонента 3 – Готовність до майбутнього	61	61	62	61	58
Субіндекс «Адаптивне ставлення»	58	53	59	56	56
Субіндекс «Ділова активність»	56	53	45	51	45
Субіндекс «ІТ-інтеграція»	60	61	61	62	61

Джерело: складено автором

На загал, в підсумку формування цих та інших висновків, а також узагальнення інших тенденцій розвитку національної економіки України є підстави вести мову про такі системні недоліки і вади (головні перепони на шляху формування і ефективного використання наявного потенціалу економічного зростання) розвитку економіки України, як: послаблення економіко-ресурсного потенціалу; високий рівень енерго- та ресурсозалежності; нераціональна структура й тінізація інвестиційного чинника; дестабілізація внутрішнього виробництва і проникнення в національну економічну систему іноземного капіталу; активізація міграційних процесів (особливо зовнішніх); втрата значної частини промислово-виробничого потенціалу і тінізації низки важливих зовнішньо- і внутрішньоторговельних потоків.

На подолання цих вад слід спрямувати більш проактивну державну політику, пріоритети якої наведені на рис. 2.

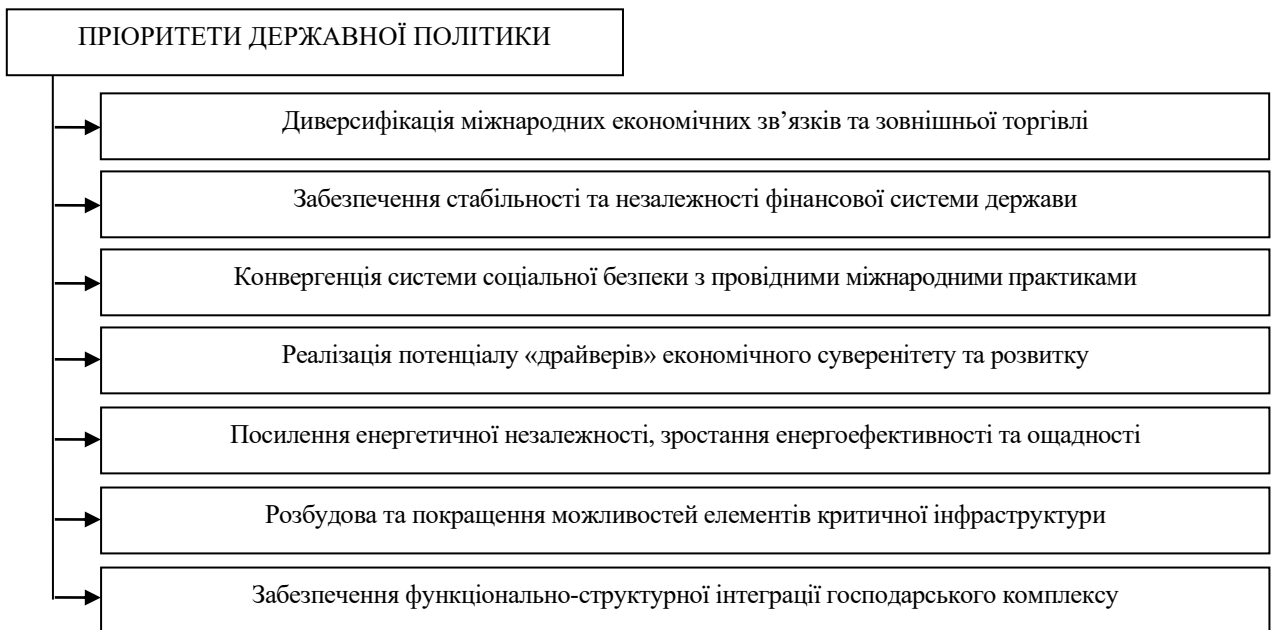


Рис. 2. Стратегічні пріоритети системної державної політики становлення ефективною моделі забезпечення економічного зростання в Україні

Джерело: авторська розробка

Поаяк, державна політика ефективізації національного господарства України має реалізуватися за напрямками: започаткування моніторингу, аналізу та діагностики економічної безпеки держави в умовах впливу гібридних загроз; здійснення стратегування і планування політики забезпечення економічної безпеки та розвитку національної економіки з урахуванням зовнішніх та внутрішніх умов і можливостей; удосконалення організаційно-управлінської системи розвитку економіки України та її регіональних економіки; впровадження організаційно-економічного механізму реалізації економічних інтересів держави; становлення дієвого контролю якості та ефективності функціонування системи забезпечення економічної безпеки України.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Ключовими недоліками та проблемними аспектами розвитку економіки України на нинішньому етапі стали погіршення інтелектуально-кадрового ресурсу та зростання обсягів і рівня безробіття; невисокий рівень оплати праці та збільшення обсягу заборгованості з її оплати; нераціональна структура та малі обсяги промислового виробництва; нестабільність виробництва і збуту продукції галузей реального сектора економіки; слабкі позиції суб'єктів великого бізнесу; низька інноваційно-технологічна активність та спроможність здійснювати повномасштабну цифрову трансформацію національного господарства; послаблення економіко-ресурсного потенціалу; високий рівень енерго- та ресурсозалежності; нераціональна структура й тінізація інвестиційного чинника; дестабілізація внутрішнього виробництва і проникнення в національну економічну систему іноземного капіталу; активізація міграційних процесів (особливо зовнішніх); втрата значної частини промислово-виробничого потенціалу і тінізації низки важливих зовнішньо- і внутрішньоторговельних потоків.

Ефективізація національного господарства України потребує більш системної і комплексної державної політики, орієнтованої на досягнення наступних стратегічних пріоритетів: диверсифікація міжнародних економічних зв'язків та зовнішньої торгівлі; забезпечення стабільності та незалежності фінансової системи держави; конвергенція системи соціальної безпеки з провідними міжнародними практиками; реалізація

потенціалу «драйверів» економічного суверенітету та розвитку; посилення енергетичної незалежності, зростання енергоефективності та ощадності; розбудова та покращення можливостей елементів критичної інфраструктури; забезпечення функціонально-структурної інтеграції господарського комплексу.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються економіко-математичного прогнозування тенденцій розвитку ключових макроекономічних характеристик національної економіки.

Література

1. Бедзай О.В., Федченко Т.В. Соціальна відповідальність бізнесу: проблеми розвитку та бухгалтерського обліку. *Культура народів Причорномор'я*. 2013. № 256. С. 70–74.
2. Білан О.С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 54. С. 75–79.
3. Васильців Т. Г., Гринкевич С. С. Формування середовища економічної безпеки підприємництва в Україні. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 3-4 (1). С. 24–27.
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні. *Економіка та держава*. № 5. 2019. С. 4–8.
5. Герасименко О. Соціальний облік та нефінансова звітність як інструмент реалізації соціальної відповідальності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2012. № 137. С. 39–43.
6. Інтернет-ресурс Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.
8. Левицька С.О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 797. С. 255–262.
9. Лупак Р. Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 320–325.
10. Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13–22.
11. Чижишин О. І. Значення і сутність соціальної відповідальності в умовах функціонування ринкової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6(3). С. 127–130.

References

1. Bedzaj, O.V. and Fedchenko, T.V. (2013). Corporate Social Responsibility: problems of development and accounting. Culture of the peoples of the Black Sea coast. Vol. 256, available at: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/92349> (Accessed 07 Nov 2020).
2. Bilan, O. S. (2020). Corporate social responsibility as a factor in increasing the value of the company. *Black Sea Economic Studies*. no. 54. pp. 75-79.
3. Vasylytsiv, T. G., Grinkevich, S. S. (2015). Formation of the environment of economic security of entrepreneurship in Ukraine. *Economic Journal-XXI*. no. 3-4 (1). pp. 24-27.
4. Vasylytsiv, T.G., Lupak, R.L., Rudkovskiy, O.V. (2019). Directions and means of stimulating social responsibility of entrepreneurship in Ukraine. *Economy and state*. no. 5. pp. 4-8.
6. Herasymenko, O. (2012). Social accounting and non-financial reporting as a tool for implementing social responsibility. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Vol. 137, available at: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_46/fail/ch2/7.pdf (Accessed 07 Nov 2020).
7. Internet resource of the State Statistics Service of Ukraine. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Karpenko, O.O. and Mandzyuk, N.K. (2018). Social responsibility as a factor of domestic enterprises economic development. *Effective Economy*. Vol. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219> (Accessed 15 Nov 2020).
9. Levytska, S.O. (2014). Social accounting: methodological approach and organizational support. Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». Vol. 797, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_36 (Accessed 09 Nov 2020).
10. Lupak, R. L. (2013). Economic justification of strategic management of enterprise competitiveness. *Business Inform*. no. 4. pp. 320-325.
11. Mostepaniuk, A. V. (2019). The essence, principles and methods of corporate social responsibility in a modern market economy. *Business Inform*. no. 11. pp. 13-22.
12. Chyzyshyn, O. I. (2016). The value and essence of social responsibility in a functioning market economy. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. no. 6(3). pp. 127-130.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-12>

УДК 334.78:338.49

Віра ШПИЛЬОВА

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

<https://orcid.org/0000-0002-3891-3804>

e-mail: vera_bsh.21@ukr.net

Олександр ЧЕРЕВКО

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

<https://orcid.org/0000-0003-1809-5960>

e-mail: rector@cdu.edu.ua

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ У РЕГІОНАХ

У статті здійснено наукове обґрунтування теоретики-методичних особливостей кластерного підходу у державній політиці управління розвитком малого бізнесу, враховуючи сукупність прогресивних вимог до організації підприємницької діяльності. Охарактеризовано змістовну сутність сфери малого бізнесу та її роль у забезпеченні стабільності економіки країни. Наголошено на важливості спільного вирішення економічних завдань у досягненні необхідного рівня зростання, що повинно закладатися у розроблення та реалізацію державної політики управління малим бізнесом. Розкрито цільові орієнтири запровадження кластерного підходу та його важливості у системі налагодження державної підтримки розвитку малого бізнесу. Сформовано функціональні напрями впровадження кластерного підходу у систему державного управління розвитком малого бізнесу, що стосуються модернізації підприємницької діяльності, врегулювання середовища функціонування, збільшення набору конкурентних переваг, забезпечення реалізації соціально-економічних інтересів. Визначено особливості державної політики управління розвитком малого бізнесу, що утвердилися в контексті запровадження кластерного підходу.

Ключові слова: малий бізнес, розвиток, державна політика, кластеризація, кластерне об'єднання, управління.

Vira SHPILEVA

Private Higher Educational Establishment "European University"

Olexandr CHEREVKO

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

CLUSTER APPROACH IN THE STATE POLICY OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT IN THE REGIONS

The article substantiates the scientific substantiation of the theoretical and methodological features of the cluster approach in the state policy of small business development management, taking into account a set of progressive requirements for the organization of entrepreneurial activity. The substantive essence of the small business sphere and its role in ensuring the stability of the country's economy are described. The distinctive features of small business are mobility and maneuverability in a competitive environment, efficiency in terms of economic and investment costs, and all this allows to ensure a high return on investment, the ability to respond quickly to changes in investment, increasing investment activity. The importance of joint solution of economic problems in achieving the required level of growth, which should be embedded in the development and implementation of state policy for small business management. Targets for the introduction of a cluster approach and its importance in the system of establishing state support for small business development are revealed. The cluster approach identifies a set of elements that justify the targets of both small businesses and all stakeholders in this type of association. The importance of forming common functional directions of cluster participants development and building an effective system of public administration, which provides for the creation of favorable conditions for the implementation of such an approach in the field of small business. Functional directions of introduction of cluster approach in the system of state management of small business development concerning modernization of business activity, regulation of the environment of functioning, increase of a set of competitive advantages, maintenance of realization of social and economic interests are formed. The peculiarities of the state policy of small business development management, which were established in the context of the introduction of the cluster approach, are determined. It is proposed to consider the cluster as an institution that, by combining the resource capabilities of the participants, is able to form all possible tools to solve the problems of each of them. Such an association must first of all have an established institutional and legal plane, be supported by market participants, and meet the progressive standards of the international economy.

Key words: small business, development, public policy, clustering, clustering, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сектор малого бізнесу являє собою один із динамічних та важливих елементів ринкової системи національного господарства, що забезпечує її збалансований розвиток та високу конкурентоспроможність, формує прогресивні стандарти конкурентних відносин. Розвиток малого бізнесу виражено ілюструє тенденції утвердження демократичних засад державного регулювання та формує основу для забезпечення і подальшого зростання інвестиційної привабливості країни.

Відмінними ознаками малого бізнесу є мобільність та маневреність у конкурентному середовищі, ефективність з огляду на господарські та інвестиційні витрати і це все дозволяє забезпечувати високу окупність капіталовкладень, спроможність швидко реагувати на кон'юнктурні зміни, зростання

інвестиційної активності. Світовий досвід підтверджує, що конкурентоспроможність економіки значним чином визначається чисельністю та рівнем ділової активності суб'єктів малого бізнесу. Саме через сектор малого бізнесу органам державного регулювання вдається вирішувати завдання щодо забезпечення зайнятості населення, його добробуту та соціалізації, підтримки достатнього рівня політичної стабільності в суспільстві, покращення становлення середнього класу суспільства з високим рівнем якості трудового життя.

Для економічно розвинених країн прийнято малому бізнесу займати вагомую частку у валовому внутрішньому продукті, а передумовами такого слід вважати здатність його суб'єктів впливати на повсякденне життя суспільства завдяки орієнтуванню на задоволення споживчого попиту. Малий бізнес є тим сектором економіки, що володіє необхідним інструментарієм для створення в країні середовища для забезпечення вирішення широкого набору соціально-економічних завдань. Тут важливою є роль органів державного регулювання, які повинні дотримуватись принципів соціальної та економічної відповідальності і сприяти усіма можливими способами для формування в країні сприятливого бізнес-середовища, врегульованого нормативно-правового режиму та сприятливого інвестиційного клімату.

Вважаємо, що досягнення окреслених завдань та реалізація економічних інтересів як суб'єктами малого бізнесу, так і органами державного управління потребує використання прогресивного інструментарію із передбаченням обов'язкової спільної діяльності. Першочергового варто виділити економічну зацікавленість кожної зі сторін і її досягнути можливо при об'єднанні ресурсів. Таке об'єднання насамперед повинно мати сформовану інституційну та правову площину, підтримуватися учасниками ринку, відповідати прогресивними стандартам міжнародної економіки та ін. Все це визначає актуальність використання кластерного підходу у державній політиці управління розвитком малого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми державної політики управління розвитком малого бізнесу досліджені у наукових працях таких вчених, як Я. Березівський [15], З. Варналій [2], Т. Васильців [5], А. Грищук [8], В. Дергачова [9], О. Красносова [12], Я. Колешня [9], Р. Лупак [4], О. Мандрик [6], Д. Пілевич [17], Г. Поліщук [18], С. Рудик [4], О. Рудковський [15], О. Фінагіна [11], Р. Харченко [12] Ю. Кравчик [20] та інші.

Серед науковців сформувалася група, яка при дослідженні розвитку малого бізнесу обрала об'єктом кластерний підхід. Так, до них варто віднести Р. Білик [1], М. Войнаренко [7], А. Береза [7], О. Квілінський [10], Т. Степанова [10], Є. Куриляк [14], В. Оскольський [16], В. Стрілець [19] та ін.

Разом з тим інтенсивність глобалізаційних тенденцій призводить до постійного пошуку інструментарію для удосконалення господарської діяльності суб'єктами підприємництва. Не виключення й сфера малого бізнесу, що за своєю функціональною основою об'єднує значну частину населення та забезпечує базові можливості розвитку економіки. Саме через кластерний підхід можливе досягнення стратегічних цілей у досягненні необхідних темпів розвитку, але тут важливим є постійне удосконалення через використання прогресивного інструментарію.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Розвиток малого бізнесу значним чином обумовлений державною підтримкою у результаті чого створюються привабливі інвестиційні, інституційно-правові, інноваційно-технологічні та інші умови для започаткування та розширення прогресивних напрямів економічної діяльності. Значної популярності набув кластерний підхід у державній політиці управління розвитком малого бізнесу, що передбачає залучення суб'єктів малого бізнесу із різною галузевою приналежністю, органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, підприємств середнього та великого бізнесу та інших зацікавлених економічних агентів із цілю реалізації власних економічних інтересів та створення стабільної основи для впровадження прогресивних змін. Водночас у кластерному підході варто виділи сукупність елементів, що обґрунтовують цільові орієнтири як суб'єктів малого бізнесу, так і інших зацікавлених сторін у такому типі об'єднання. Йдеться про важливість виділення спільних функціональних напрямів розвитку учасників кластеру та побудову ефективної системи державного управління, що передбачає створення сприятливих умов для впровадження такого підходу у сферу малого підприємництва.

Формулювання цілей статті

Метою статті є наукове обґрунтування теоретико-методичних особливостей кластерного підходу у державній політиці управління розвитком малого бізнесу, враховуючи сукупність прогресивних вимог до організації підприємницької діяльності. Набір цілей статті стосується вивчення методичного інструментарію, що повинен використовуватися при формуванні об'єднань суб'єктів малого бізнесу та їх удосконаленні функціонування у відповідності до характеристик адміністративно-інституційного регулювання, фінансово-інвестиційної підтримки, справедливого і рівноправного конкурентного середовища, інфраструктурно-ресурсного забезпечення, організаційно-економічної підтримки, інформаційно-аналітичного сприяння.

Виклад основного матеріалу

Передумовою розвитку малого бізнесу є стабільна та всебічна державна підтримка у результаті чого здійснюється максимальне сприяння діяльності суб'єктів підприємництва не суперечуючи принципам конкретності та змагальності, не створюючи дискримінаційні умови діяльності суб'єктам середнього та великого бізнесу. Реалізація державної політики управління розвитком малого бізнесу є особливо актуальна в складних соціально-економічних умовах, зокрема на тих територіях, котрі потребують ресурсної підтримки і одним із можливих способів вирішення такої ситуації є підтримка держави для організації малого підприємництва.

Світовий досвід свідчить, що вирівнювання критично гострих соціально-економічних дисбалансів можливе через розширення державної підтримки малого бізнесу [3, с. 28–30]. Водночас недостатня ефективність державної політики призводить до зниження ділової активності та скорочення обсягів діяльності суб'єктів малого бізнесу, а це у підсумку призводить до погіршення якості життя населення.

Всебічно забезпечуючи державну підтримку малому бізнесу в країні створюються умови для ефективного проведення інституційних та структурних реформ, економічного зростання базового галузевого комплексу, поступу прогресивних видів економічної діяльності та згладжування соціальних конфліктів [13, с. 19–21]. Таким чином малий бізнес є засобом державної політики реформування національного господарства, через який можливо пришвидшити темпи соціально-економічної модернізації та інноваційного розвитку країни та її суспільства.

Водночас досягнення таких цілей вимагає застосування підходів, що вдало об'єднуватиме конкурентний потенціал як суб'єктів бізнесу, так і ресурсні можливості країни загалом. Одним із таких підходів справедливо вважають кластеризацію, яка вдало дозволяє збалансувати економічні інтереси учасників та розвинути їх конкурентні переваги. Кластер являє собою ефективно організованим середовищем у якому учасники взаємодіють через обмін своїми ресурсними можливостями для забезпечення економічного розвитку. Саме таке об'єднання здатне раціонально сформулювати умови для досягнення необхідного рівня поступу у відповідності до сучасних технологічних, інвестиційних та інших прогресивних вимог.

Застосування кластерного підходу у державній політиці управління розвитком малого бізнесу стосується досягнення цілей у модернізації підприємницької діяльності, врегулюванні середовища функціонування, збільшенні конкурентних переваг, забезпеченні реалізації соціально-економічних інтересів. Такі характеристики наведено на рис. 1, який дозволяє виважено сформулювати комплекс пріоритетних завдань для органів державного управління згідно яких можливо провести аналіз щодо розвитку малого бізнесу.

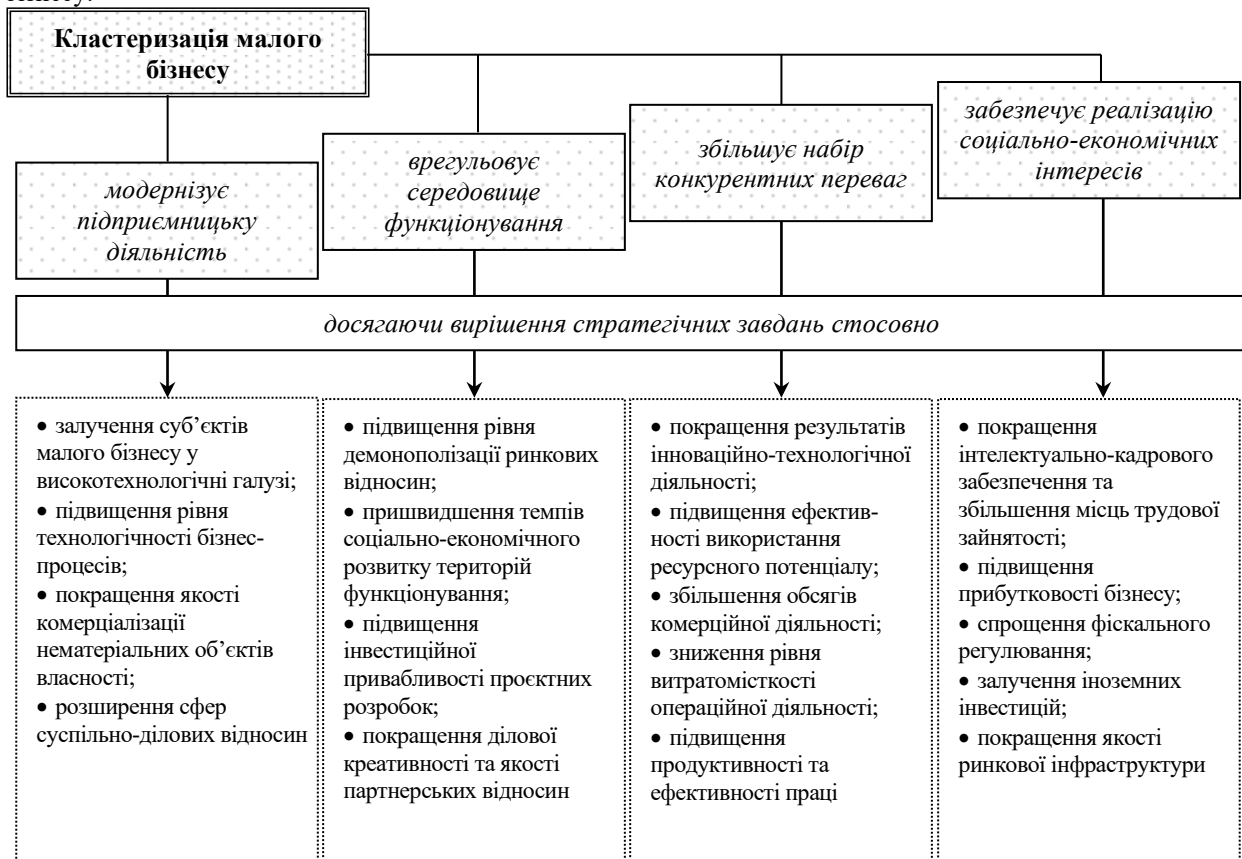


Рис. 1. Функціональні напрями впровадження кластерного підходу у систему державного управління розвитком малого бізнесу

Кластеризація є ефективним інструментом для здійснення модернізації підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу. Йдеться про залучення малого бізнесу у високотехнологічні галузі, підвищення рівня технологічності бізнес-процесів, покращення якості комерціалізації нематеріальних об'єктів власності, розширення сфер суспільно-ділових відносин суб'єктів такої сфери економіки. При цьому важливе місце слід віднести органам державного управління, що повинні сконцентрувати увагу на створенні привабливих умов для досягнення таких результатів.

Через створення кластеру сфера малого бізнесу отримує нові можливості для створення сприятливого середовища у забезпеченні економічного розвитку. Так спрощуються умови при вирішенні завдань стосовно підвищення рівня демонополізації ринкового середовища, пришвидшення темпів соціально-економічного розвитку територій функціонування, підвищення інвестиційної привабливості проєктних розробок, покращення ділової креативності та якості партнерських відносин.

Також у державній політиці управління розвитком малого бізнесу завдяки кластерному підходу формується набір інструментарію, що здатний ефективно збільшити перелік конкурентних переваг відповідних суб'єктів. Важливими цілями для органів державного управління є покращення результатів інноваційно-технологічної діяльності, підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу, збільшення обсягів комерційної діяльності, зниження рівня витратомісткості операційної діяльності, підвищення продуктивності та ефективності праці. Такий перелік, з однієї сторони, є базово необхідним для забезпечення стабільної діяльності суб'єктів малого бізнесу, а, із іншої сторони – відсутність таких тенденцій стає суттєвою перешкодою для досягнення необхідних темпів розвитку.

Не мало важливим є реалізація соціально-економічних інтересів як суб'єктів малого бізнесу, так і держави та інших учасників у кластері. Варто пов'язувати розвиток підприємницької діяльності із досягненням покращення інтелектуально-кадрового забезпечення та збільшення місць трудової зайнятості, підвищення прибутковості бізнесу, спрощення фіскального регулювання, залучення іноземних інвестицій, покращення якості ринкової інфраструктури. Такі тенденції мають вагомe загальнодержавне значення, зокрема забезпечення трудової зайнятості, приплив валютної виручки у формі іноземних інвестицій, розвиток інфраструктурних об'єктів, та ефективно здатні створити базові умови для досягнення необхідного темпу розвитку малого підприємництва, зокрема врегулювати норми фіскального навантаження, впровадити прогресивні моделі оптимізації витрат та збільшення обсягів діяльності.

Відмітимо, що посилення ролі малого бізнесу в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни зумовило появу прогресивних інституцій – кластерних об'єднань. Саме на такому рівні ринкових відносин існують більш ширші можливості для реалізації економічних інтересів, зокрема розвивати нові напрями діяльності, реалізовувати масштабні проєкти, просувати інноваційні товари на ринок, запроваджувати прогресивні стандарти підприємництва та інше.

Використання кластерного підходу змінює системні засади розроблення та реалізації державної політики, що передбачає використання широкого інструментарію для забезпечення розвитку малого бізнесу. Тут важливо визначитися із напрямками державної політики, що дозволить раціонально підійти до управління розвитком малого бізнесу. У табл. 1 виділено особливості державної політики, що утвердилися в контексті запровадження кластерного підходу та мають практичне значення при вирішенні низки стратегічних завдань розвитку малого бізнесу. Йдеться про адміністративно-інституційний, фінансово-інвестиційний, інноваційно-технологічний, інфраструктурно-ресурсний, організаційно-економічний та інформаційно-аналітичний напрями досліджуваної державної політики.

Важливо в країні сформувавши адміністративно-інституційний устрій, що забезпечуватиме виконання правових норм та державних (суспільних) стандартів при вирішенні завдань розвитку малого бізнесу. Тут ключове значення мають заходи (інструменти), у результаті яких вдається досягнути позитивних змін у діяльності кластерного об'єднання. Зокрема, відмітимо роботу суб'єктів малого бізнесу щодо посилення взаємодії з державними виконавчими структурами під час створення та започаткування підприємницької діяльності; досягнення спрощення процедур отримання доступу до прав реалізації економічних інтересів; забезпечення неупередженості державного нагляду, контролю та перевірки господарської діяльності; підвищення якості відносин з державними структурами у процесі організації підприємницької діяльності та утвердження у ринковому середовищі; посилення взаємодії з громадськими та суспільними організаціями, іншими ринковими інституціями.

Попри врегулювання адміністративно-інституційних норм необхідно визначитися із фінансово-інвестиційним забезпеченням розвитку кластеру. Відтак, суб'єктам малого бізнесу доречно проявляти ініціативу перед органами державного управління щодо надання їхньої фінансово-інвестиційної підтримки. Йдеться про формування та ефективне використання фондів фінансово-інвестиційного забезпечення в отриманні та розширенні конкурентних переваг; створення сприятливих умов для залучення фінансово-інвестиційного капіталу учасників ринку; активізацію розвитку фінансово-кредитних інституцій; просування системи доступних альтернативних форм фінансування; надання бюджетно-грантової та фіскальної підтримки. Також й суб'єкти малого бізнесу мають прагнути до здійснення змін у власній фінансово-інвестиційній діяльності. Зокрема, намагатися забезпечити високу фінансово-економічну ефективність та самодостатність, досягнути прийняттого рівня та ефективності інвестиційно-інноваційних витрат в обсягах підприємницької діяльності.

Таблиця 1

Напрями державної політики управління розвитком малого бізнесу в контексті запровадження інструментарію кластерного підходу

Напрями державної політики	Ключові особливості (заходи, інструменти)
Адміністративно-інституційний	посилення взаємодії з державними виконавчими структурами під час створення та започаткування підприємницької діяльності; спрощення процедур отримання доступу до прав реалізації економічних інтересів; забезпечення неупередженості державного нагляду, контролю та перевірки підприємницької діяльності; підвищення якості відносини з державними структурами у процесу організації підприємницької діяльності та утвердження у ринковому середовищі; посилення взаємодії з громадськими та суспільними організаціями, іншими ринковими інституціями
Фінансово-інвестиційний	формування та ефективне використання фондів фінансово-інвестиційного забезпечення в отриманні та розширенні конкурентних переваг; створення сприятливих умов для залучення фінансово-інвестиційного капіталу учасників ринку; забезпечення високої фінансово-економічної ефективності та самодостатності; досягнення прийнятого рівня та ефективності інвестиційно-інноваційних витрат в обсягах підприємницької діяльності; активізація розвитку фінансово-кредитних інституцій; просування системи доступних альтернативних форм фінансування; надання бюджетно-грантової та фіскальної підтримки
Інноваційно-технологічний	створення інженерно-технічних центрів впровадження сучасних технологій; збільшення масштабів інноваційних проєктів державно-приватного партнерства; стимулювання модернізації виробничих процесів та об'єктів, диверсифікація їх діяльності; реалізація інвестиційно-інноваційних проєктів міжрегіональної міжгалузевої співпраці; збільшення масштабів міжнародного науково-технологічного та виробничого співробітництва
Інфраструктурно-ресурсний	створення, організація та підтримка функціонування інженерно-технічних та проєктно-консультаційних центрів інноваційного співробітництва; активізація діяльності науково-виробничих об'єднань, спроможних виводити на ринок продуктивні інновації; просування найбільш доступних елементів підприємницької інфраструктури; прискорення темпів розширення внутрішньорегіонального споживчого ринку та інтенсифікації міжсекторального і міжгалузевого співробітництва; створення базової інфраструктури кластерів
Організаційно-економічний	створення системи вертикально-інтеграційних зв'язків; розвиток та підтримка системи дорадництва щодо започаткування і ведення бізнесу; покращення якості антимонопольної політики та конкурентного середовища; створення рівних можливостей для належної адаптації під час започаткування бізнесу та виходу на ринок; унормування порядку і послідовності запровадження децентралізованої системи урядування та управління; модернізація системи планування інвестиційно-інноваційної діяльності; досягнення високого рівня участі у системі соціального діалогу
Інформаційно-аналітичний	розбудова та модернізація інформаційної і консалтингової інфраструктури; інформаційно-аналітичне забезпечення становлення та розвитку кооперативних відносин; популяризація практик успішного ведення бізнесу; удосконалення інформаційно-просвітницької діяльності з підтримки інвестицій та інновацій; активізація діяльності інформаційно-консультаційних та дослідно-маркетингових центрів з питань підвищення конкурентоспроможності продукції; формування позитивного іміджу підприємця

Глобалізаційні тенденції підтверджують високу актуальність впровадження прогресивних технологій та розвитку інноваційної діяльності. Відповідно й суб'єктам малого бізнесу слід дотримуватися таких змін та адаптуватися до них. Тут ефективними при запровадженні класного підходу варто розглядати наступні заходи (інструменти): створення інженерно-технічних центрів впровадження сучасних технологій; збільшення масштабів інноваційних проєктів державно-приватного партнерства; стимулювання модернізації виробничих процесів та об'єктів, диверсифікація їх діяльності; реалізація інвестиційно-інноваційних проєктів міжрегіональної міжгалузевої співпраці; збільшення масштабів міжнародного науково-технологічного та виробничого співробітництва. Відмітимо необхідність спільної відповідальності органів державного управління та суб'єктів малого бізнесу у інноваційно-технологічному розвитку. Це обумовлюється часто складним доступом до ринку інновацій та технологій, що передбачає досить складну роботу та значні інвестиційні вкладень і, у підсумку, кожна із інноваційно-технологічних операцій має якісно прогнозуватися та реалізовуватися.

Будь-які суб'єкти бізнесу перебувають у високій залежності від сформованості ринкової інфраструктури і розвиток такого напрямку має високе практичне значення для органів державного управління. Пропонуємо у державній програмі розвитку малого бізнесу включити низку заходів, що й обумовлюють доступність такого типу підприємництва до інфраструктурно-ресурсних об'єктів. Йдеться про створення, організацію та підтримку функціонування інженерно-технічних та проєктно-консультаційних центрів інноваційного співробітництва; активізацію діяльності науково-виробничих об'єднань, спроможних

виводити на ринок продуктів інновацій; просування найбільш доступних елементів підприємницької інфраструктури; прискорення темпів розширення внутрішньорегіонального споживчого ринку та інтенсифікації міжсекторального і міжгалузевого співробітництва; створення базової інфраструктури кластерів.

Часто при вдалому врегулюванні ринкових тенденцій та забезпеченні необхідними ресурсами менше уваги приділяється організаційно-економічним аспектам. Тому пропонується виокремити такий напрям у реалізації державної політики управління розвитку малого бізнесу. Відповідно до кластерного підходу актуальне значення мають наступні заходи (інструменти): створення системи вертикально-інтеграційних зв'язків; розвиток та підтримка системи дорадництва щодо започаткування і ведення бізнесу; покращення якості антимонопольної політики та конкурентного середовища; створення рівних можливостей для належної адаптації під час започаткування бізнесу та виходу на ринок; унормування порядку і послідовності запровадження децентралізованої системи урядування та управління; модернізація системи планування інвестиційно-інноваційної діяльності; досягнення високого рівня участі у системі соціального діалогу. Саме згідно принципів кластеризації впровадження організаційно-економічних змін у сфері малого бізнесу досягає власної мети, раціонально прогнозується та вдало може удосконалюватися.

Світовий досвід підтверджує практичну необхідність достовірного інформаційно-аналітичного забезпечення будь-яких управлінських рішень. Все більшого значення набувають заходи, що успішно здатні налагодити накопичення інформації та ефективно організувати їх опрацювання. При використанні кластерного підходу у системі заходів державної підтримки малого бізнесу уся робота концентрується на розбудові та модернізації інформаційної і консалтингової інфраструктури; інформаційно-аналітичному забезпеченні становлення та розвитку кооперативних відносин; популяризації практик успішного ведення бізнесу; удосконаленні інформаційно-просвітницької діяльності з підтримки інвестицій та інновацій; активізації діяльності інформаційно-консультаційних та дослідно-маркетингових центрів з питань підвищення конкурентоспроможності продукції; формуванні позитивного іміджу підприємця.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розвиток малого бізнесу є неможливим без належної державної підтримки, що повинна більше стосуватися здійснення інституційних та структурних реформ, а не лише передбачати зменшення фіскального навантаження, надання бюджетного фінансування чи інше матеріальне забезпечення. Використання кластерного підходу дозволяє досить врівноважено та збалансовано підійти до управління розвитком малого бізнесу. Йдеться створення належних передумов, які стосуються модернізації підприємницької діяльності, врегулювання підприємницького середовища, розширення конкурентних переваг та досягнення соціально-економічних інтересів.

Кластер слід розглядати як інституцію, що через об'єднання ресурсних можливостей учасників здатна сформулювати увесь можливий інструментарій для вирішення завдань кожного із них. Відповідно державна політика управління розвитком малого бізнесу реалізується за певними напрямками (адміністративно-інституційний, фінансово-інвестиційний, інноваційно-технологічний, інфраструктурно-ресурсний, організаційно-економічний, інформаційно-аналітичний), що вдало поєднуються у створенні кластерного об'єднання із розвинутими механізмами комунікації, проектування, мотивації, розподілу тощо.

У перспективі варто сконцентрувати увагу на розширенні заходів та інструментів державної політики управління, що передбачає використання кластерного підходу до розвитку малого бізнесу. Вагоме значення має врахування глобалізаційних та неіндустріальних тенденцій, що встановлюють нові стандарти здійснення та розвитку підприємницької діяльності, у тому числі й у сфері малого бізнесу.

Література

1. Білик Р. Є. Кластеризація як інструмент забезпечення конкурентних переваг національної економіки у європейському інноваційному просторі. *Регіональна економіка*. 2019. № 1. С. 65–75.
2. Варналій З. С. Мале підприємство в умовах ринкового господарювання. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1. С. 58–79.
3. Варналій З. С. Фіскальна політика та її вплив на розвиток малого і середнього бізнесу в Україні. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 5 (257). С. 27–49.
4. Варналій З. С., Лупак Р. Л., Рудик С. А. Засоби стимулювання розвитку малого підприємництва на сільських територіях в системі державної політики подолання диспропорцій економічної безпеки України. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2017. Вип. 53. С. 5–9.
5. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Проблеми розвитку малого підприємництва та їх вплив на міграційну активність населення гірських районів Карпатського регіону України. *Регіональна економіка*. 2019. № 3 (93). С. 49–59.
6. Васильців Т. Г., Мандрик О. Я. Пріоритети і засоби забезпечення економічної безпеки малого і середнього підприємництва. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Т. 19. Вип. 12. С. 128–133.
7. Войнаренко М., Береза А. Кластерні об'єднання: міжнародний досвід та українські реалії. *Економіст*. 2013. № 10. С. 27–30.
8. Гришук А. М. Пріоритети змін в системі розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 4(1). С. 13–25.

9. Дергачова В. В., Колешня Я. О. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 20. Ч. 1. С. 130–133.
10. Квілінський О. С., Степанова Т. О. Кластиризація як спосіб підвищення стійкості суб'єктів малого бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2020. № 1 (19). С. 150–158.
11. Концептуальні засади підтримки малого та середнього бізнесу в Україні: питання кластеризації та бізнес-інкубації : монографія / за ред. О. В. Фінагіної. Черкаси : Видавець Пономаренко Р.В., 2018. 158 с.
12. Красносова О. М., Харченко Р. В. Інструментарій державної політики у сфері підтримки та стимулювання розвитку малого бізнесу. *Проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 42–47.
13. Куницька-Іляш М. В., Березівський Я. П. Концептуально-методичні підходи до ідентифікації типологічних і логічно-структурних характеристик пріоритетних галузей національної економіки. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 17–23.
14. Куриляк Є. Кластеризація: європейській досвід і його імплементація в Україні. *Журнал європейської економіки*. 2014. Том 13 (№ 3). С. 273–295.
15. Лупа Р. Л., Васильців Т. Г., Рудковський О. В., Березівський Я. П. Проблемні аспекти, пріоритети та засоби зміцнення фінансово-економічної безпеки суб'єктів малого підприємництва в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2021. Вип. 28. С. 49–55.
16. Осольський В. В. Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України. *Економіка України*. 2014. № 11. С. 4–16.
17. Пілевич Д. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 3(27). С. 110–122.
18. Поліщук Г. Державне регулювання у сфері малого підприємництва: оцінка ефективності. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2017. Вип. 4(35). С. 113–121.
19. Стрілець В. Ю. Інтерпретація нерівномірності державного забезпечення розвитку малого бізнесу засобами ітераційної кластеризації. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 252–258.
20. Savin, S., Kravchuk, Y., Dzhereliuk, Y., Dyagileva O., & Naboka, R. (2021). Management of the Processes on the Quality Provision of the Logistic Activity in the Context of Socio-Economic Interaction of Their Participants. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(12), 45–52. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.7>

References

1. Bilyk, R. E. (2019). Clustering as a tool to ensure the competitive advantages of the national economy in the European innovation space. *Regional economy*. no. 1. P. 65–75.
2. Varnaliy, Z. (2016). Small business in a market economy. *Economics and organization of management*. no. 1. P. 58–79.
3. Varnaliy, Z. (2018). Fiscal policy and its impact on the development of small and medium-sized businesses in Ukraine. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*. no. 5 (257). P. 27–49.
4. Varnaliy, Z. S., Lupak, R. L., Rudyk, S. A. (2017). Means of stimulating the development of small business in rural areas in the system of state policy to overcome disparities in economic security of Ukraine. *Bulletin of Lviv University of Trade and Economics*. no. 53. P. 5–9.
5. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L. (2019). Problems of small business development and their impact on the migration activity of the population of mountainous regions of the Carpathian region of Ukraine. *Regional economy*. no. 3 (93). P. 49–59.
6. Vasylytsiv, T. G., Mandryk, O. Ya. (2009). Priorities and means of ensuring economic security of small and medium enterprises. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*. P. 19. Vol. 12. P. 128–133.
7. Voynarenko, M., Bereza, A. (2013). Cluster associations: international experience and Ukrainian realities. *Economist*. no. 10. P. 27–30.
8. Grishchuk, A. M. (2016). Priorities of changes in the system of small and medium enterprises in Ukraine. *Problems and prospects of business development*. no. 4 (1). P. 13–25.
9. Dergachova, V. V., Koleshnyia, Y. O. (2018). State support of small and medium business in Ukraine. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*. Vol. 20. P. 1. P. 130–133.
10. Kvilinsky, O. S., Stepanova, T. O. (2020). Clustering as a way to increase the resilience of small businesses. *Economic Bulletin of Donbass*. no. 1 (19). P. 150–158.
11. Finagina, O. V. (2018). Conceptual principles of support for small and medium-sized businesses in Ukraine: issues of clustering and business incubation. Cherkasy : Publisher Ponomarenko R.V. 158 p.
12. Krasnosova, O. M., Kharchenko, R. V. (2020). Tools of state policy in the field of support and promotion of small business. *Problems of the economy*. no. 4. P. 42–47.
13. Kunitskaya-Ilyash, M. V., Berzovsky, J. P. (2021). Conceptual and methodological approaches to the identification of typological and logical-structural characteristics of priority sectors of the national economy. *Business Inform*. no. 4. p. 17–23.
14. Kurilyak, E. (2014). Clustering – European experience and its implementation in Ukraine. *Journal of European Economy*. Vol. 13 (3). P. 273–295.
15. Lupa, R. L., Vasylytsiv, T. G., Rudkovsky, O. V., Berzovsky, J. P. (2021). Problematic aspects, priorities and means of strengthening the financial and economic security of small businesses in Ukraine. *Entrepreneurship and trade*. no. 28. P. 49–55.
16. Oskolsky, V. V. (2014). Clustering – an important factor in increasing the competitiveness of Ukraine's economy. *Ukraine economy*. no. 11. P. 4–16.
17. Pilevykh, D. (2021). State support for small business development in Ukraine. *Problems and prospects of business development*. no. 3 (27). P. 110–122.
18. Polishchuk, G. (2017). State regulation in the field of small business: evaluation of efficiency. *Public administration and local self-government*. no. 4 (35). P. 113–121.
19. Strilets V. YU. (2019). Interpretation of the uneven state support for small business development by means of iterative clustering. *Business Inform*. no. 2. P. 252–258.
20. Savin, S., Kravchuk, Y., Dzhereliuk, Y., Dyagileva O., & Naboka, R. (2021). Management of the Processes on the Quality Provision of the Logistic Activity in the Context of Socio-Economic Interaction of Their Participants. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(12), 45–52. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.7>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-13>

УДК 339.137

Ольга ГАРАФОНОВА

ДЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

<https://orcid.org/0000-0002-4740-7057>e-mail: ogarafonova@ukr.net

Інна ЯЩЕНКО

<https://orcid.org/0000-0001-5046-5453>

Київський університет культури

Діана ДЕРЕВ'ЯНКО

Київський національний університет культури і мистецтв

Роман ЯНКОВОЙ

Міжнародний науково-технічний університет імені Ю. Бугая

ПЕРФОМАНС – ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Зростання популярності мистецтва перформансу (англ. – performance art) робить його яскравим явищем міжнародної соціокультурної реальності. Яскрава, протестна форма художнього вираження 1960–1970-х рр. наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. набуває статусу одного з самих затребуваних жанрів сучасного мистецтва. На сьогоднішній день перформанси проходять у багатьох великих музеях світу, елементи жанру запозичуються сучасною масовою та протестною культурою, а сам транслітерований термін обростає новими значеннями і вживається в різних контекстах. Існуючи та розвиваючись усередині «поля мистецтва» (міжнародні інституції, професійне співтовариство, критика тощо), перформанс зачіпає усі без виключення аспекти життя людини, та виступає сучасним феноменом життя людини. Перформанс має колосальний комунікативний потенціал, оскільки розрахований на активний вплив на публіку чи інтерактив із аудиторією. Він ілюструє одну з тенденцій сучасного мистецтва: зміщення акценту з художника на глядача. Високий ступінь значущості реципієнта у процесі сприйняття мистецтва та збільшення ролі контексту неминуче змінюють межі мистецтва, надаючи істотний вплив на взаємини мистецтва та суспільства. Дана стаття присвячена розгляду філософських поглядів на перформанс, основних принципів сучасного мистецтва, характерні риси перформансу в повсякденності, так само аналізуються філософсько-поглядові ідеї, що лежать в основі мінімалізму як способу життя.

Ключові слова: перформанс, культура, акціонізм, сучасне мистецтво.

Olga GARAFONOVA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Inna YASHCHENKO

Kyiv University of Culture

Diana DEREVIANKO

Kyiv National University of Culture and Arts

Roman YANKOVYI

Academician Yuriy Bugay International Scientific and Technical University

PERFORMANCE IS A PHENOMENON OF CONTEMPORARY ART

The growing popularity of performance art makes it a striking phenomenon of international socio-cultural reality. Bright, protest form of artistic expression of the 1960s - 1970s in the late twentieth - early twentieth century. acquires the status of one of the most popular genres of contemporary art. Today, performances take place in many major museums around the world, elements of the genre are borrowed from modern mass and protest culture, and the transliterated term itself acquires new meanings and is used in different contexts. Existing and developing within the "field of art" (international institutions, the professional community, criticism, etc.), performance affects all aspects of human life without exception, and is a modern phenomenon of human life. The performance has a huge communicative potential, as it is designed to actively influence the audience or interact with the audience. It illustrates one of the trends in contemporary art: shifting the emphasis from the artist to the viewer. The high degree of significance of the recipient in the process of perception of art and increasing the role of context inevitably change the boundaries of art, having a significant impact on the relationship between art and society. This article is devoted to the consideration of philosophical views on performance, the basic principles of modern art, the characteristics of performance in everyday life, as well as analyzes the philosophical and ideological ideas underlying minimalism as a way of life.

Key words: performance, culture, actionism, modern art.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На сьогоднішній день багато дослідників відмічають суттєве ускладнення проблематики гуманітарного, естетичного та етичного характеру. Так, наприклад, один із авторитетних дослідників ціннісно-сміслових підстав розвитку культури А. Пелипенко акцентував увагу на потребі трансформувати «напружену» контрастність міського буття з екзистенційної у художньо-естетичну сферу» [1, с. 16]. В даному судженні закладено з погляду пояснення однією з істотних причин включення до естетичної сфери сучасного знання проблеми взаємозумовленості гуманітарного та проектно-креативного підходів до

вдосконалення соціокультурного простору. Неоднозначні реалії способу та стилю життя позначаються і на характері повсякденних зв'язків із культурою загалом та її художньою підсистемою зокрема. Згідно з думкою А.Меньшина, «сучасна епоха характеризується "втомленою", "ентропійною" культурою, відзначаються естетичні реверсії, розмивання "великих" художніх стилів, змішання художніх мов. У сферу діяльності сучасного мистецтва включається весь досвід світової художньої культури шляхом її іронічного цитування...» [2, с.199].

В останні роки чільне місце у сфері естетичної та культурологічної думки посіли нові видовищно-візуальні форми – перфоманси, флешмоби, гепенінги, а також комунікативно-творчі експерименти іммерсивного театру, що розглядаються не лише через призму інноватики, а й в аспекті зіставлення з традиційними формами активізації культурних інтересів людей та збагачення досвіду естетичних вражень.

Перфоманс як жанр-діалог, часто викликає широкий суперечливий резонанс у суспільстві, що актуалізує проблему рецепції мови перфомансу. Такі фактори як радикальне поєднання життя та мистецтва, багатоаспектна культурологічна наповненість та провокативна природа художньої мови, націленість на руйнування етичних правил, естетичних норм та суспільних табу, а також подолання кордонів між художником і глядачем, властиві перфомансу як однієї з форм акціонізму, що ускладнюють суспільне сприйняття висловлювань мистецтва дії.

Відсутність необхідного рівня розуміння мови перфомансу та змістовної складової терміна в період збільшеної затребуваності жанру і активного використання поняття в різних галузях масової культури, створює цілу низку серйозних проблем. Ключем до розуміння перфомансу як феномену сучасного мистецтва може стати детальний багатоаспектний аналіз його мови та виявлення особливостей.

Аналіз досліджень та публікацій

Перфоманс як форма акціонізму в контексті сучасних мистецьких дійств розглядається у праці М. Мельник та Н. Ковпак. Театралізовані сучасні практики представлені у монографії О. Клековкіна. Ознаки перфомативності окреслюються в публікаціях О. Сіненко, Н. Хоми. Особливості формування творчої індивідуальності висвітлюються у статтях Я. Курганової, Я. Хмелюк, С. Шебеко та ін.

Формулювання цілей статті

Мета статті – проаналізувати перфоманс у контексті сучасного мистецтва.

Виклад основного матеріалу

XX століття – це період нових відкриттів і великих змін у науці і техніці, але також й у мистецтві. Загалом мистецтво XX століття можна охарактеризувати як перехідне, кризове. На цьому етапі художник бачить своє завдання в тому, щоб переконструювати реальність, створити новий світ, який відрізняється від того, який він бачить довкола. В результаті такий світогляд зводиться до того, що предмет мистецтва як такий, поступово зникає. Художник тепер не творець мистецтва, а, скоріше, координатор комунікацій. Таким чином, поступово з'являються нові форми, які досить складно поділяти на види та стилі. В цьому контексті варто окремо виділити такий формат сучасного мистецтва як перфоманс.

Як і у більшості явищ культури та мистецтва XX століття, у перфомансу немає чіткого визначення. Що таке перфоманс визначити так само важко, як і позначити межі сучасного мистецтва. У роботі "Що таке філософія?" Ж. Делез та Ф. Гваттарі метафорично, але гранично точно визначають концепт як «неподільність кінцевого числа різномірних складових, які пробігаються деякою точкою в стані абсолютного поширення із нескінченною швидкістю» [3]. Поняття концепту, пов'язане з множинністю, процесуальністю, різномірністю, динамічністю, шифром, допомагає, з одного боку, обґрунтувати явище сучасного мистецтва а, з іншого боку, вміщує той складний, рухливий діапазон функціонування та розуміння перфомансу, який ми бачимо на сьогодні.

Концепт перфомансу затребуваний сьогодні у широкому полі культурологічних, соціологічних, політологічних, філософських та мистецтвознавчих наук і є досить багатограним поняття, що потребує обґрунтування і водночас, відповідно до своєї природи, уникає його. У перекладі з англійської перфоманс:

- 1) «виконання, звершення»;
- 2) «дія, вчинок, подвиг»;
- 3) «подання, спектакль» [4, с.134].

Перші варіанти значення, акцентують увагу на «дії» замість традиційного «уявлення», що є більш адекватним явищем перфомансу: незважаючи на театральність перфомансу, його інтенціональність і формотворчість зовсім іншого роду, він уникає видовищного, з відтінком розважальності поняття «уявлення» та концентрується на «дії» [5, с.192].

Перфомативне проектування перфомансу, як успішно сформулювала дослідник концептуалізму Є. Нищук, робить висновок: «прагнення побудувати чи підлаштувати таку ситуацію, свого роду пастку, у якій "заговорила" б сама дійсність» [6].

Перфомер знаходиться "тут", намагаючись знайти відповіді на питання: що таке моє тіло у цьому просторі, у часі, у присутності оточуючих людей? Перфомер нічого не зображує, не висловлює, а

намагається через власне тіло "записати" реальність.

Події перформансу будуються на основі провокативного методу та підкресленої тілесності його учасників. Творці рекламних роликів та відеокліпів часто маніпулюють подібними прийомами у спробі зробити свою "продукцію" живою, безпосередньою. Гра спрямована на те, щоб зупинити споживача, змусити його поглянути на звичні, набридлі при повсякденному використанні речі в новому, нетривіальному контексті.

Провокативний, непередбачуваний характер перформансу робить його привабливим для сфер масової культури, виводячи властиві йому механізми не просто на територію життєвої практики, але й на територію, де діють закони далеко не художнього порядку. Перформанс – дія, вчинок, перформативне висловлювання якого складається в процесі гри в імпровізацію та сценарій, експеримент та повторення, комунікацію та відчуження, фрагментарність та тотальність, провокацію та щирість, тілесність та ментальність, абсурдність і красу, природність і видовищність, свободу та обмеження, іронію та довіру, несподіванку та передбачуваність, інтерактивність, буквальність та двозначність, простоту та епатаж, шок та спустошення – в результаті чого складається простір ідей та дієвих стратегій, що користується інтересом політичних, рекламних технологій, соціальних інституцій.

Перформанс представляє простір творчої лабораторії, у якій у процесі пошуку та експерименту здійснюється через «дієвий процес культурної та особистісної рефлексії» [7].

У перформансі, як і в будь-якому виді мистецтва, присутні обов'язкові складові, що зображені на рис. 1:

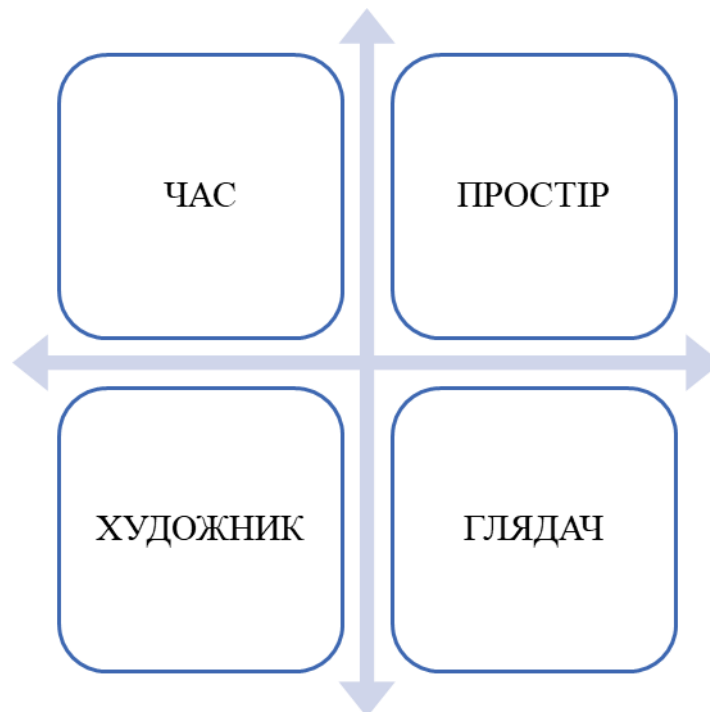


Рис. 1. Складові перформансу [8]

Завдяки даним складовим твір отримує динаміку і оживає, створюючи унікальний напрям мистецтва.

Перформанс найпростіше порівняти з театром, який говорить мовою образотворчого мистецтва. Вони обоє оперують пластикою тіла і виразністю, підпорядковуються не лише простору, як, наприклад, архітектура, скульптура і живопис, але і часу, й можуть існувати без глядача. Але, не дивлячись на безліч подібностей, між ними є й відмінності, що рішуче вплинули на зміцнення перформансу, як, окремого, іншого, виду мистецтва.

Ключовою відмінністю його від театру є те, що перформанс існує у реальному, а не умовному місці і часі, а головне завдання вистави – перенести глядача у події, у яких зав'язаний сюжет, відбити загальну атмосферу часу. У перформансі головну роль відіграють спостерігачі процесу, а не сам художник, тому дія і кінцівка непередбачувані.

В театрі ж дія відбувається в основному за сценарієм, проте зрідка допускається імпровізація [8]. Для більшої наочності, наведемо приклад одного з найзнаменитіших перформансів Марини Абрамович, який відбувся у 1974 році під назвою «Ритм 0», що пройшов у галереї Морра в Неаполі. На столі Абрамович виклала 72 предмети, серед яких були троянда, заряджений пістолет, хліб, капелюх, ніж, виноград та інші речі. Будь-яка людина, що проходила, могла взяти який-небудь предмет, щоб зробити дію із Мариною: від

насолони до болю. В свою чергу, авторка мала стояти нерухомо і не реагувати на те, що роблять з нею незнайомці. Проте, речі, які приносять задоволення, публіка використовувала найменше.

Як тільки глядач зрозумів, що він може розпоряджатися розкладеними речами так, як захоче, він втратив контроль, і оголив свою істинно «чорну душу». Усі шість годин Абрамович стояла і не чинила жодного опору, хоча верхню частину її одягу розрізали, шкіру пошкодили ножом та іншими предметами і навіть спробували застрелити.

Через 6 годин художниця не покинула галерею, а стала ходити між учасниками цього «експерименту», здійснивши перехід від стану «об'єкта» до "особистості". Однак, люди, які робили над нею жорстокі дії, відходили від художниці в жаху. Кожен відчував за собою провину, яка з'явилася лише тепер, коли Марина Абрамович постала перед ними, як людина, а не об'єкт. Після закінчення перформансу Марина Абрамович виявила своє перше сиве пасмо волосся. Згодом «Ритм 0» отримав славу як один із найстрашніших та найжорстокіших психологічних експериментів [9, с.121].

Але це не значить, що перформанс, як вид мистецтва, прагне показати, яке людство жорстоке і бездушне, сам художник вирішує, яка мета у його вистави: демонстрація людських якостей, відображення політичної ситуації, заклик до дії або донесення будь-якої інформації.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Сучасна криза, що відбувається у системі культури та мистецтва, певна «соціальна драма» є рушійним елементом трансформації мистецтва та соціальних практик. Тому все частіше ми бачимо вираження такої форми мистецтва, як перформанс. В цілому, перформанс, зародившись як самостійне мистецтво наприкінці ХХ століття, та надав можливість вибудувати нові стосунки художника та глядача, цілком логічно розширив межі мистецтва, та зробивши перформанс феноменом сучасності. Подальші дослідження вбачаємо у аналізі сучасних технологій в практиках перформансу як тенденції розвитку акціонізму в сучасному світі.

Література

1. Пилипенко А. Трансформація культури в умовах глобалізації: філософсько-антропологічний вимір : дис. ... канд. філос. Наук / А. Пилипенко. 2012. С. 16–20.
2. Меньшеніна А. Вплив постмодерних реалій на процес трансформації політичних цінностей у світі і в Україні. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2018. С. 199–204.
3. Butler A. Eleanor Antin on Art, Ageing and Grief. *Frieze*. 2019. URL : <https://www.frieze.com/article/eleanor-antin-art-ageing-and-grief>.
4. Карповець М. В. Перформативність як умова гетерогенності суспільства: культурно-антропологічний аспект. *Людина і культура*. Острог : Видавництво НаУОА. 2019. С. 134–156. URL : <https://eprints.oa.edu.ua/8011/1/11.pdf>
5. Ірдиненко К. Постмодерністське мистецтво як предмет теоретичного осмислення. *Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія*. 2013. Вип. 663–664. С. 192–198.
6. Нишук Є. Креативні індустрії – важливий інструмент інтеграції сучасних цифрових тенденцій і технологій в культурний простір України. URL : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245489526&ca_id=244895180 (дата звернення 21.04.2022)
7. Butler A. Eleanor Antin on Art, Ageing and Grief. *Frieze*. 2019. URL : <https://www.frieze.com/article/eleanor-antin-art-ageing-and-grief>.
8. Volynets V. Інтеграція віртуальної та доповненої реальності у мистецтво. *Культура і сучасність*. 2021. С. 9–16.
9. Залевська О.Ю. Зародження та розвиток постмодерністського стилю у культурі та мистецтві світу й України. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2013. № 2. С. 120–124.

References

1. Pylypenko A. Transformatsiia kultury v umovakh hlobalizatsii: filosofsko-antropolohichni vymir : dys. ... kand. filos. Nauk / A. Pylypenko. 2012. S. 16–20.
2. Menshenina A. Vplyv postmodernykh realii na protses transformatsii politychnykh tsinnosteii u sviti i v Ukraini. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2018. S. 199–204.
3. Butler A. Eleanor Antin on Art, Ageing and Grief. *Frieze*. 2019. URL : <https://www.frieze.com/article/eleanor-antin-art-ageing-and-grief>.
4. Karpovets M. V. Performatyvnist yak umova heterohennosti suspilstva: kulturno-antropolohichni aspekt. *Liudyna i kultura*. Ostroh : Vydavnytstvo NaUOA. 2019. S. 134–156. URL : <https://eprints.oa.edu.ua/8011/1/11.pdf>
5. Irdynienko K. Postmodernistske mystetstvo yak predmet teoretychnoho osmyslennia. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Filosofiia*. 2013. Vyp. 663–664. S. 192–198.
6. Nyschuk Ye. Kreatyvi industrii – vazhlyvyi instrument intehtatsii suchasnykh tsyfrovyykh tendentsii i tekhnolohii v kulturnykh prostir Ukrainy. URL : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245489526&ca_id=244895180 (data zvernennia 21.04.2022)
7. Butler A. Eleanor Antin on Art, Ageing and Grief. *Frieze*. 2019. URL : <https://www.frieze.com/article/eleanor-antin-art-ageing-and-grief>.
8. Volynets V. Intehratsiia virtualnoi ta dopovnenoii realnosti u mystetstvo. *Kultura i suchasnist*. 2021. S. 9–16.
9. Zalevska O.Iu. Zarozhennia ta rozvytok postmodernistskoho stilyu u kulturni ta mystetstvi svitu y Ukrainy. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dizainu i mystetstv*. 2013. № 2. S. 120–124.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-14>

УДК 658.8.011.1

Дмитро ХОМА

Університет економіки і підприємництва

<https://orcid.org/0000-0002-2298-8705>

e-mail: Dmitriy_khoma@ukr.net

Оксана ЛОПАТОВСЬКА

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

<https://orcid.org/0000-0002-9301-3833>

e-mail: oksana_v_l@ukr.net

ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ІМПЕРАТИВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ САНАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

У дослідженні наголошено на актуальності ув'язки політики забезпечення фінансової безпеки та управління фінансовою санацією підприємства. Наведено авторський підхід до формування методики інтегрального аналізування рівня фінансової безпеки суб'єкта господарювання. Обчислено інтегральні значення фінансової безпеки підприємства та наведено її темпоральну графічну інтерпретацію. Зроблено прогноз рівня фінансової безпеки підприємства. Визначено стратегічні орієнтири політики покращення фінансової безпеки підприємства в системі управління його фінансовою санацією. Обґрунтовано мету політики зміцнення фінансової безпеки підприємства. Визначено стратегічні цілі політики управління та забезпечення сталої фінансової безпеки підприємства. Узагальнено головні заходи, які мають бути реалізовані підприємством для гарантування його фінансової безпеки й успішної фінансової санації в умовах глибокої фінансово-економічної кризи в Україні.

Ключові слова: управління підприємствами; фінансова санація; фінансова безпека; управління фінансами; пріоритети сталого розвитку підприємства.

Dmitriy KHOMA

University of Economics and Business

Oksana LOPATOVSKA

Khmelnitskyi Cooperative Trade and Economic Institute

STRENGTHENING FINANCIAL SECURITY AS AN IMPERATIVE IN THE ENTERPRISE FINANCIAL REHABILITATION MANAGEMENT SYSTEM

The purpose of the article is to substantiate the priorities, tools and means of strengthening the financial security of the enterprise in the management system of its financial rehabilitation. The study emphasizes the relevance of the link between the policy of financial security and management of financial rehabilitation of the enterprise. The author's approach to the formation of methods of integrated analysis of the level of financial security of the entity is presented. The integral values of financial security of the enterprise are calculated and its temporal graphic interpretation is given. The forecast of the level of financial security of the enterprise is made. The strategic guidelines of the policy of improving the financial security of the enterprise in the management system of its financial rehabilitation have been determined. The purpose of the policy of strengthening the financial security of the enterprise is substantiated. The strategic goals of the policy of management and ensuring sustainable financial security of the enterprise are determined. The scientific novelty of the research results is the development of a policy that allows to link the provision of sustainable financial security and quality management of the process of financial rehabilitation of business in a deep crisis.

The applied significance of the research results is to summarize the main measures (tools) to be implemented by the company to ensure its financial security and successful financial rehabilitation in the deep financial and economic crisis in Ukraine, namely - improving quality and competitiveness of products; improving the structure of the balance sheet; constant planning and monitoring of deviations of the actual amount of income from the estimated critical volumes of the enterprise; initiating the practice of forming a reserve and insurance fund by allocating a certain percentage of net profit for these purposes; constant planning and monitoring of financial stability and liquidity indicators; planning, design and gradual modernization of production facilities; creation of the department of financial risk management and rehabilitation and the beginning of the practice of risk forecasting in all areas of activity.

Keywords: enterprise management; financial rehabilitation; financial security; financial management; priorities of sustainable development of the enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Як відомо, термін «санація» означає систему заходів (фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових, соціальних та інших), які ухвалюються та реалізуються підприємствами для завчасного запобігання банкрутству (причому як на ранніх стадіях, так і в цілях недопущення визнання підприємства – боржника банкрутом та доведення його до ліквідації) з подальшим фінансовим оздоровленням, відновленням платоспроможності, ліквідності, прибутковості та конкурентоспроможності, а також задоволенням у повному чи частковому обсязі вимог всіх кредиторів.

Фінансова санація здебільшого розглядається як окремих напрям політики або окремих інструментарій в системі заходів із забезпечення фінансової безпеки підприємства, що логічно, адже,

наприклад, в медицині термін «санация» стосується лікувально-профілактичних заходів. Однак, з іншого боку, для стабільної стійкої фінансово-економічної життєздатності підприємства важливо реалізувати таку фінансово-політику, за якої підприємство апріорі не опуститься до критично низького рівня свого фінансово-економічного стану, за якого у край високими стають загрози фінансової стійкості і спроможності, забезпечення уникнення банкрутства на загал. Відтак, з такої позиції є всі підстави вважати ефективну діяльність керівництва підприємства з належного і стабільного гарантування його фінансової безпеки стратегічним й тактичним імперативом у системі управління фінансовою санацією, питання і проблематика якої особливо характерна нині для більшості вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах війни, політико-економічної та суспільно-соціальної нестабільності.

Саме тому, нові розробки у сфері забезпечення фінансової безпеки підприємств актуальні й з позиції якісного санаціювання бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методичні засади і практичні аспекти, а також методика аналізування економічної безпеки як найбільш комплексної і узагальнюючої характеристики життєздатності підприємства, достатньо детально проаналізовані у дослідженнях М. Бендикова [1, с. 15–19], С. Васильчак, А. Веселовського [2, с. 98–105], Т. Зубка [5, с. 81–88], Н. Фокіна, В. Бокія [12, с. 111–114], О. Шнишко [13, с. 24–32], тоді як у більш концентрованому вигляді, а саме в аспекті проблематики фінансової безпеки, ці ж положення викладено в працях О. Ярошка [3, с. 132–136], К. Горячевої [4, с. 65–67] та інших дослідників.

Концепційні положення, а також методико-прикладні засади управління фінансовою санацією підприємств стали предметом наукових дискурсів Т. Донченка [5, с. 124–132], О. Ліснїчука [9, с. 51–56], О. Манойленка [10, с. 60–63], Т. Меліхової [11, с. 11–18], В. Шпильова, Ю. Кравчик, І. Ященко [15, с. 23–30] та інших науковців.

Безпосередньо практичні засади управління фінансовою санацією підприємств, а також у системі державної політики формування фінансового забезпечення розвитку економічних агентів та національної економіки на загал, досліджуються у публікаціях таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як В. Куцик [7, с. 244–249], Т. Васильців, Р. Лупак, М. Куницька-Іляш, А. Дідич [16, с. 8–15; 8, с. 248–252], О. Собкевич [12, с. 144–152] та інші.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Разом з тим, розгляд політики забезпечення фінансової безпеки підприємства як імперативу ефективної фінансової санації бізнесу в умовах сталої (війна, зовнішня воєнна агресія, гібридні втручання, COVID-19 та ін.) глобальної кризи є новим і потребує подальшого розвитку як з теоретико-методичної, так і суто прикладної позиції.

Формулювання цілей статті

Метою статті є обґрунтування пріоритетів, інструментів та засобів зміцнення фінансової безпеки підприємства в системі управління його фінансовою санацією.

Виклад основного матеріалу

Система фінансової безпеки, яка є невід'ємним елементом загальної економічної системи, повинна забезпечувати безпеку функціонування і розвитку всіх важливих складових елементів економічної системи підприємства, а також здійснювати постійний моніторинг її стану. Іншим аспектом є те, що стратегічне планування, а в подальшому контроль цього процесу потребує належного методичного забезпечення розрахунку узагальнюючого показника, що характеризує стан фінансової безпеки в системі управління фінансовою санацією підприємства. Адже, коли виявлені відхилення від нормативного (рекомендованого) стану, система безпеки повинна надавати інформацію про внутрішні причини та наслідки цих відхилень, а також про можливі напрями повернення до нормативного стану й запобігання подібних ситуацій в майбутньому.

Стратегія фінансової безпеки підприємства є динамічною, а її стан у будь-який момент часу можна описати за допомогою сукупності показників, значення яких отримують із фінансової звітності підприємства. В той же час система фінансової безпеки підприємства є складною системою, тобто зміна структури, зв'язків та поведінки окремих складників системи впливає на решту її складників і спричиняє зміну системи в цілому.

Для моніторингу системи та обґрунтування ефективної стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства, вивчення кількісного впливу чинників забезпечення ефективного управління фінансовою безпекою підприємства доцільно використовувати інструментарій економіко-математичного моделювання. Особливого значення в економічній практиці набувають моделі, що прогнозують значення основних параметрів економічної системи і дозволяють одночасно обґрунтовувати управлінські рішення та забезпечувати дієвий контроль за станом системи.

В процесі економетричного дослідження системи фінансової безпеки підприємства спочатку виділяють сукупність показників, які визначають стан цієї системи та стан можливих загроз фінансовій безпеці підприємства. Цю сукупність чинників можна розділити на дві групи: 1) множину чинників внутрішнього середовища; 2) множину чинників зовнішнього середовища.

Серед множини чинників внутрішнього середовища можна виділити:

1) сукупність змінних, значення яких необхідно визначити за допомогою економетричної моделі (ендогенні змінні): обсяг реалізованої продукції; вартість основних виробничих засобів; величина власного капіталу; величина прибутку підприємства; показник рентабельності активів; показник рентабельності продажу; показник ліквідності підприємства; розмір середньої заробітної плати на підприємстві;

2) сукупність змінних, значення яких відомі перед побудовою економетричної моделі (екзогенні змінні): величина кредиторської заборгованості; величина дебіторської заборгованості; величина поточних зобов'язань; величина поточних активів; обсяг фонду робочого часу на підприємстві.

Чинники зовнішнього середовища (макроекономічні показники), які впливають на стан і динаміку фінансової безпеки підприємства та визначають умови, в яких воно функціонує, є екзогенними змінними. До цих змінних можна віднести: індекс споживчих цін (до попереднього періоду); демографічні і соціальні зрушення, обсяги експорту та імпорту; зміни в доходах населення, обсягах валового внутрішнього продукту (наростаючим підсумком до відповідного періоду попереднього року).

Інтегральний показник рівня фінансової безпеки підприємства згідно авторської методики розраховується на основі значень абсолютних показників його діяльності, коли значення інтегрального показника визначається функцією:

$$F_t = f(v_{t1}, v_{t2}, \dots, v_{tn}), \quad (1)$$

де n – загальна кількість показників, які характеризують фінансову безпеку підприємства (для досліджуваного підприємства $n = 7$); t – номер часового періоду, ($t = \overline{1,6}$); v_{ti} – значення i -го показника, який характеризує діяльність підприємства, у момент часу t ; $f(v_{t1}, v_{t2}, \dots, v_{tn})$ – спеціально підібрана функція.

Для інтегрального оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства доцільно обирати такі показники: коефіцієнт загальної платоспроможності; рентабельність доходу, %; рентабельність активів, %; рентабельність власного капіталу, %; коефіцієнт автономії; коефіцієнт інвестування; коефіцієнт реальної вартості основних засобів; коефіцієнт оборотності активів; коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні дані аналізування фінансової безпеки підприємства

Номер часового періоду	Коефіцієнт загальної платоспроможності	Рентабельність доходу	Рентабельність активів	Рентабельність власного капіталу	Коефіцієнт автономії	Коефіцієнт інвестування	Коефіцієнт реальної вартості основних засобів	Коефіцієнт оборотності активів	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості
	v_{t1}	v_{t2}	v_{t3}	v_{t4}	v_{t5}	v_{t6}	v_{t7}	v_{t8}	v_{t9}
1	0,90	1,54	0,33	0,88	0,35	0,50	0,69	0,26	1,35
2	0,88	1,66	0,39	0,93	0,37	0,49	0,68	0,24	1,21
3	1,03	0,44	0,08	0,25	0,29	0,41	0,64	0,21	0,76
4	1,18	1,38	0,23	0,9	0,23	0,35	0,53	0,17	0,60
5	0,43	1,5	0,38	1,85	0,19	0,25	0,49	0,15	0,48
6	0,72	1,8	0,45	1,7	0,27	0,4	0,4	0,26	1,01
$\max_{t \in [1, T]} v_{ti}$	1,18	1,8	0,45	1,85	0,37	0,5	0,69	0,26	1,35

Для розрахунку рівня фінансової безпеки підприємства найбільш доцільно використовувати мультиплікативну функцію:

$$B_t = \prod_{i=1}^n u_{ti}, \quad t = \overline{1, T}, \quad (2)$$

де $u_{ti} = \frac{v_{ti}}{\max_{t \in [1, T]} v_{ti}}$, $t = \overline{1, T}$, $i = \overline{1, n}$ – нормовані значення кожного показника, який характеризує

загрозу фінансовій безпеці підприємства.

Значення оцінки рівня фінансової безпеки підприємства у кожний момент часу буде деяким числом

з проміжку $[0, 1]$. Чим більше значення інтегрального показника B_t , тим фінансово стабільнішим є підприємство (характеризується вищим рівнем фінансової безпеки). Зниження значення інтегрального показника B_t свідчить про погіршення стану фінансової безпеки підприємства.

Розраховані нормовані значення фінансової безпеки підприємства наведено у табл. 2.

Таблиця 2

**Розраховані нормовані значення показників,
які характеризують рівень фінансової безпеки підприємства**

Номер часового періоду	u_{t1}	u_{t2}	u_{t3}	u_{t4}	u_{t5}	u_{t6}	u_{t7}	u_{t8}	u_{t9}	Інтегральний показник рівня фінансової безпеки, B_t
1	0,762	0,855	0,733	0,475	0,945	1,000	1,000	1,000	1,000	0,215
2	0,745	0,922	0,866	0,502	1,000	0,980	0,985	0,923	0,896	0,239
3	0,872	0,244	0,177	0,135	0,783	0,820	0,927	0,807	0,562	0,135
4	1,000	0,766	0,511	0,486	0,621	0,700	0,768	0,653	0,444	0,185
5	0,364	0,833	0,844	1,000	0,513	0,500	0,710	0,576	0,355	0,095
6	0,610	1,000	1,000	0,918	0,729	0,800	0,579	1,000	0,748	0,049

Результати аналізування інтегрального показника рівня фінансової безпеки підприємства засвідчили, що для досліджуваного підприємства характерний критичний (у 2015–2016 рр.) та катастрофічний (з 2017 р. до т.ч.) стан фінансової безпеки, що ще раз доводить відчутну необхідність обґрунтування стратегії посилення фінансової безпеки цього підприємства.

Таблиця 3

Шкала оцінювання рівня фінансової безпеки Підприємства

Значення інтегрального показника рівня фінансової безпеки	Стан фінансової безпеки підприємства
$[0,0 - 0,2)$	катастрофічний
$[0,2 - 0,4)$	критичний
$[0,4 - 0,6)$	задовільний
$[0,6 - 0,8)$	добрий
$[0,8 - 1,0]$	відмінний

Графічну інтерпретацію зміни оцінки рівня фінансової безпеки в часі наведено на рис. 1. Вона підтверджує тенденцію до погіршення рівня фінансової безпеки аналізованого підприємства. При збереженні цих тенденцій можна прогнозувати значення узагальненого показника безпеки у 2021 р. на рівні 0,05 та 2022 р. – 0,045. За таких умов фінансовий стан підприємства буде вкрай не стійким, а стан фінансової безпеки піддаватися істотному ризику.

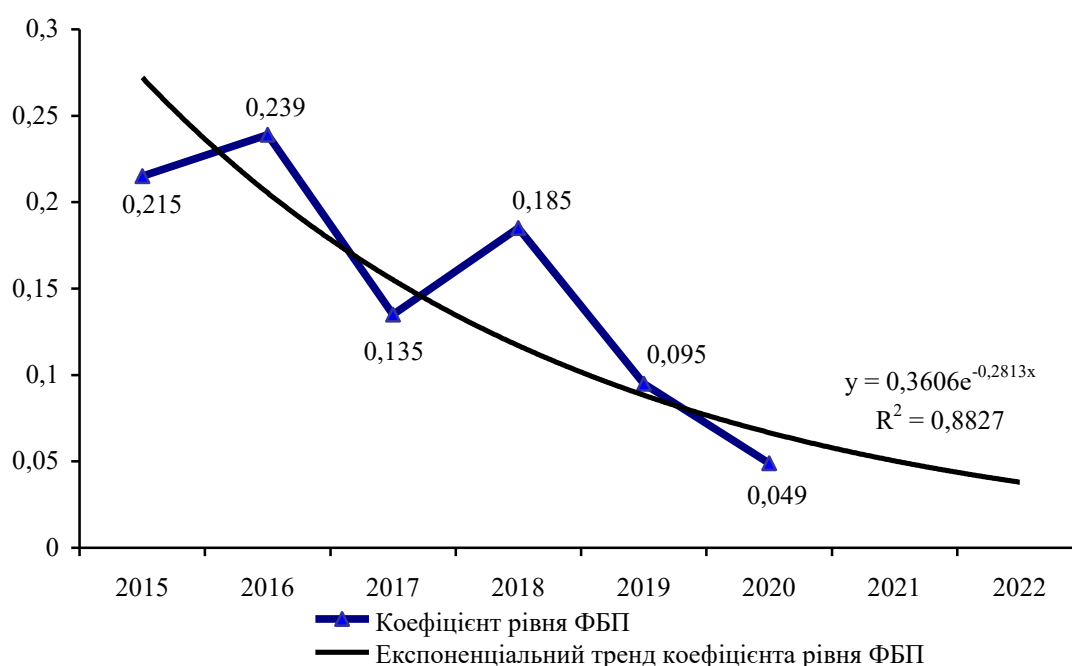


Рис. 1. Графічна інтерпретація інтегрального показника та трендової моделі рівня фінансової безпеки підприємства у 2015–2020 рр. та прогноз на 2021–2022 рр.
Джерело: авторські розрахунки

Отже, результати аналізу засвідчують як слабку позицію внутрішнього фінансового середовища підприємства, так і наявність істотних зовнішніх загроз. Це об'єктивно доводить висновок про необхідність обрання керівництвом підприємства стратегічної альтернативи Ф-6 «Слабкість та загрози» (рис. 2).

Проте, для забезпечення вказаних стратегічних змін необхідно також усвідомлювати, що важливу роль для життєдіяльності підприємства відіграє баланс між його внутрішнім та зовнішнім середовищем. Стратегічний баланс полягає у поєднанні факторів, які негативно та позитивно впливають на діяльність підприємства (загроз і можливостей) та зокрема на стан фінансової безпеки, що об'єктивно існують у зовнішньому середовищі. Фінансовий стан підприємства залежить від того, наскільки успішно воно здатне реагувати на впливи ззовні. Аналізуючи зовнішню ситуацію, необхідно виділяти найбільш суттєві на конкретний період часу фактори.

		Позиція внутрішнього фінансового середовища		
		«Міцна»	«Нейтральна»	«Слабка»
Вплив зовнішнього фінансового середовища	Сприяє і можливості	Ф-1 «Сила і можливості»	Ф-2 «Стабільність і можливості»	Ф-3 «Слабкість і можливості»
	Загрози	Ф-4 «Сила і загрози»	Ф-5 «Стабільність та загрози»	Ф-6 «Слабкість та загрози»

Рис. 2. Напрями стратегічного розвитку системи фінансової безпеки підприємства

Джерело: авторська розробка

Взаємопов'язуючи розгляд цих факторів з можливостями підприємства можна вирішувати виникаючі проблеми. При вирішенні різного рівня задач необхідно також чітко уявляти, чи піддаються критичні фактори контролю з боку підприємства. Чи є вони внутрішніми або зовнішніми, піддаються змінам зусиллями підприємства або це зовнішні події, на які воно впливати не в змозі. Одним з найпоширеніших методів, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні фактори, які впливають на стан фінансової безпеки підприємства є SWOT-аналіз.

Процес стратегічного планування посідає центральне місце в системі фінансової безпеки. Результатом стратегічного планування є стратегічний план (стратегія) забезпечення фінансової безпеки підприємства. Метою стратегічного планування підприємства необхідно визначити встановлення визначеного порядку дій для зміцнення конкурентоспроможності у фінансовій сфері. Така стратегія повинна відповідати як фінансові, так і загальні стратегії підприємства, відповідати його цілям та завданням. Стратегію забезпечення фінансової безпеки підприємства слід розглядати як модель, яка необхідна для досягнення певних цілей у рамках корпоративної і фінансової стратегії шляхом координації, розподілу та використання фінансових ресурсів з метою забезпечення належного рівня фінансової безпеки. У складі стратегії задаються складова (частка) корпоративної місії і цілі підприємства, що стосуються фінансової безпеки, результати аналізу внутрішнього і зовнішнього фінансового середовища, якісні і кількісні параметри використання фінансових ресурсів, які задовольняють вимогам забезпечення належного рівня фінансової безпеки, відповідальні за реалізацію намічених заходів, обсяг і джерела фінансових ресурсів (бюджет), потрібних для забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Зазначимо, що стратегія посилення фінансової безпеки підприємства має базуватись на відповідних теоретичних засадах процесу стратегічного управління, тобто містити загальну мету, цілі, аналіз сильних та слабких внутрішніх сторін, зовнішніх можливостей і загроз, дослідження стратегічних альтернатив, обрання однієї чи декількох з них, підбір тактичних заходів її реалізації тощо.

В рамках аналітичного етапу стратегія забезпечення фінансової безпеки підприємства повинна передбачати комплекс робіт зі збору інформації про можливі загрози, постановки завдань й визначення цільових функцій. Після визначення останніх визначаються критерії ефективності.

Для належного виконання підприємством своїх вагомих функцій, забезпечення стійкої фінансової безпеки необхідним є дотримання ряду вимог. Зокрема, вимога захищеності системи управління підприємством обумовлює необхідність існування комплексної концепції безпеки, в рамках якої повинна бути вироблена політика захисту фінансових інтересів підприємства з використанням якої буде сформовано

механізм фінансової безпеки цього підприємства, який являє собою способи реалізації політики захисту інтересів підприємства в умовах, які складаються на ринку.

Головною метою стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства має стати створення умов для належної діяльності і розвитку підприємства фінансовими ресурсами, забезпечення належного рівня фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності, захисту від внутрішніх та зовнішніх фінансових ризиків. Досягненню цієї мети слугуватиме виконання таких цілей підприємства, як: 1) збільшення обсягів доходу, зниження рівня витрат, збільшення рівня та суми прибутку; 2) зміцнення фінансової стійкості; 3) посилення ліквідності та платоспроможності; 4) збільшення ринкової вартості підприємства; 5) формування страхового та резервного фонду; 6) здійснення інвестицій для модернізації техніко-технологічної бази та посилення інноваційного складника конкурентоспроможності; 7) покращення системи фінансового ризик-менеджменту на підприємстві.

Відповідно до принципів менеджменту, будь-які заходи будуть неефективними, якщо не налагодити належного контролю за їх реалізацією. Відповідно політика посилення фінансової безпеки підприємства має передбачати засоби контролю реалізації стратегії, до яких віднесемо: належний розподіл функцій, повноважень та відповідальності між працівниками, відповідальними за виконання стратегії фінансової безпеки підприємства; запровадження практики моніторингу її рівня, зокрема з метою: оцінки рівня та динаміки інтегрального показника і часткових складових фінансової безпеки; визначення результативності заходів стратегії загалом та кожного зокрема; аналізу факторів їх впливу на фінансово-господарську діяльність підприємства в цілому.

Крім того, зазначимо, що для посилення вагомості вказаної роботи на підприємства загальним зборам засновників підприємства необхідно створити постійно діючу робочу групу з забезпечення фінансової безпеки підприємства під керівництвом директора, яка була б підзвітною ревізійній комісії. До складу робочої групи необхідно включити заступника директора з виробництва, головного бухгалтера та економіста.

Пріоритетним завданням робочої групи є уточнення та затвердження стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства. В подальшому з періодичністю один раз на квартал (або півроку) на засіданнях робочої групи варто обговорювати хід реалізації стратегії, коригування її заходів (у разі необхідності) чи обсягів їх фінансування, вплив заходів, що реалізуються на головні показники фінансово-господарської діяльності підприємства, ефективність заходів, а також вирішувати проблеми, що виникають на шляху реалізації стратегії. Додамо, що вся ця робота має бути спрямована на своєчасний і ефективний моніторинг ризиків фінансової безпеки, а також обрання правильного курсу розвитку підприємства з огляду на важливі зміни ринкового конкурентного середовища.

Головними завданнями, які потребують вирішення в процесі стратегічного планування фінансової безпеки підприємства потрібно визначити зв'язок поточних рішень з майбутніми результатами, організоване осмислення рішень з прогнозуванням їхніх наслідків; орієнтація на пошук альтернативних варіантів досягнення цілей в межах визначених цілей та наявних обмежень; визначення можливостей і загроз, сильних та слабких сторін діяльності підприємства, врахування їх при встановленні цілей і формулюванні стратегій для забезпечення впливу на ці аспекти; розподіл відповідальності не лише між напрямками діяльності, а й між поточною та майбутньою діяльністю.

Елементами механізму управління фінансовою безпекою підприємства є: сукупність фінансових інтересів; функції, принципи і методи управління; організаційна структура; управлінський персонал; техніка і технології управління, фінансові інструменти, критерії оцінки рівня фінансової безпеки. У такому розумінні механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства являє собою єдність процесу управління і системи управління.

Головний принцип збереження фінансової безпеки підприємства – це контроль і балансування доходів і витрат економічної системи. На збереження фінансової безпеки роблять значний вплив внутрішні (кваліфікація облікового і фінансово-економічного персоналу; кваліфікація і навички вищого керівництва підприємства; ефективність системи внутрішнього контролю; касова, податкова і платіжна дисципліна; збутова і маркетингова стратегія підприємства) та зовнішні (законодавча і нормативна база, яка регулює господарську діяльність; платоспроможність дебіторів; діяльність (протидія) державних органів і органів місцевої самоврядуності; активність кредиторів по вимозі боргів; ефективні ділові стосунки з фінансово-банківською системою; надійність партнерів і контрагентів) чинники.

Для забезпечення фінансової безпеки підприємства необхідно започаткувати практику організованого виконання необхідних функцій (передусім, йдеться про необхідність делегування на визначеного працівника з апарату управління підприємством цих функцій) зі здійснення аналізу стану фінансової безпеки підприємства (як складової його економічної безпеки) та розробки заходів з її посилення, проведення оперативного моніторингу, реагування на зміну ситуації, підготовки документів для ухвалення рішень з проблемних питань і контролю їх виконання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Створення передумов розвитку суб'єктів господарювання потребує гарантування певного стану, в умовах якого підприємства можуть належним чином планувати та в подальшому реалізовувати політику

функціонування і розширеного відтворення. У сучасних наукових працях ці передумови трактують як стан фінансової безпеки, адже саме фінансові ресурси є засобом відтворення та здійснення (фінансування) діяльності; фінансові показники визначають її економічну ефективність; структура фінансів характеризує міцність фінансового стану, ліквідність і платоспроможність; наслідком реалізації економічних ризиків та загроз стає, передусім, істотна втрата фінансових ресурсів.

Результати аналізу інтегрального показника рівня фінансової безпеки досліджуваного підприємства, проведеного з використанням економіко-математичного моделювання, засвідчили, що для досліджуваного підприємства характерний критичний (у 2015–2016 рр.) та катастрофічний (з 2017 р. до т.ч.) стан фінансової безпеки, що доводить відчутну необхідність обґрунтування засобів політики забезпечення фінансової санації підприємства. При збереженні існуючих тенденцій можна прогнозувати значення узагальненого показника безпеки у 2021 р. на рівні 0,05 та 2022 р. – 0,045. За таких умов фінансовий стан буде вкрай не стійким, а фінансова безпека – піддаватися істотному ризику. Це об'єктивно доводить висновок про необхідність усвідомлення керівництвом підприємства того, що стратегічні пріоритети покращення стану фінансової безпеки підприємства мають передбачати поетапну зміну відповідних стратегічних альтернатив: з Ф-6 «Слабкість та загрози» до Ф-5 «Стабільність та загрози» та в подальшому до Ф-1 «Сила і можливість».

Метою політики зміцнення фінансової безпеки як імперативу в системі управління фінансовою санацією підприємства має стати створення умов для належного забезпечення діяльності і розвитку бізнесу фінансовими ресурсами, досягнення належного рівня фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності, захисту від внутрішніх та зовнішніх фінансових ризиків. До головних стратегічних цілей потрібно віднести: 1) збільшення обсягів доходу, рівня та суми прибутку, зниження рівня витрат; 2) зміцнення фінансової стійкості; 3) посилення ліквідності та платоспроможності; 4) збільшення ринкової вартості підприємства; 5) формування страхового та резервного фонду; 6) здійснення інвестицій для модернізації техніко-технологічної бази та посилення інноваційного складника конкурентоспроможності; 7) покращення системи фінансового ризик-менеджменту на підприємстві.

Для реалізації цих цілей необхідно виконати такі заходи: 1) покращення якості та підвищення рівня конкурентоспроможності продукції; 2) покращення структури балансу; 3) постійне планування та моніторинг відхилення фактичного обсягу доходу від розрахункового у критичних обсягах діяльності підприємства; 4) започаткування практики формування резервного та страхового фонду за рахунок виділення на ці цілі визначеного відсотка від чистого прибутку; 5) постійне планування та моніторинг показників фінансової стійкості і ліквідності; 6) планування, проектування та поступова модернізація виробничих потужностей; 7) створення відділу фінансового ризик-менеджменту і санації та започаткування практики прогнозування ризиків за всіма напрямками діяльності.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються удосконалення методики проведення аналізу каузальності зв'язків фінансової безпеки та фінансової санації підприємства.

Література

1. Бендиков М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). *Консультант директора*. 2000. № 2. С. 15–19.
2. Васильчак С. В., Веселовський А. І. Економічна безпека підприємства та її складова в сучасних умовах. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020. Вип. 20.15. С. 98–105.
3. Васильців Т. Г., Ярошко О. Р. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки. *Науковий вісник ЛТЕУ України*. 2018. Вип. 21.2. С. 132–136.
4. Горячева К. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки. *Економіст*. 2003. № 8. С. 65–67.
5. Донченко Т. В. Теоретичні основи санації підприємств: сутність та функції. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2020. № 3. С. 124–132.
6. Зубко Т. Л. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства галузі зв'язку. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. Вип. 3. С. 81–88.
7. Куцик В. І., Лупак Р. Л. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку. *Бізнес Інформ*. 2017. № 12 (479). С. 244–249.
8. Лупак Р. Л., Дідич А. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. *Науковий вісник ЛТЕУ України*. 2017. Вип. 20.6. С. 248–252.
9. Ліснічук О. А. Розрахунок санаційного потенціалу підприємства: зарубіжний досвід та вітчизняна практика. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5(31). С. 51–56.
10. Маноїленко О. В. Підходи до оцінки санаційного потенціалу тимчасово неплатоспроможних суб'єктів господарювання. *Економіка та держава*. 2016. № 1. С. 60–63.
11. Меліхова Т. О. Оцінювання ймовірності банкрутства з метою підвищення фінансового стану підприємства. *Агросвіт*. № 10. С. 11–18.
12. Собкевич О. В. Зміцнення економічної безпеки держави на засадах відбудови інноваційного потенціалу індустріального комплексу сходу України. *Регіональна економіка*. 2015. Вип. 2. С. 144–152.

13. Фокіна Н. П., Бокій В. І. Економічна безпека підприємства – найважливіша складова фінансової стійкості. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 8 (26). С. 111–114.
14. Шніпко О. С. Економічна безпека ієрархічних багаторівневих систем: регіональний аспект: монографія. Київ, 2016. 288 с.
15. Шпильова В. О., Кравчик Ю. В., Яценко І. В. Управління конкурентними позиціями підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2022. № 1. С. 23–30. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-4>
16. Vasylytsiv T. G., Lupak R. L., Kunytska-Iliash M. V. Strategic approaches to the effective use of intangible assets as a condition for strengthening the competitiveness of enterprise. *Науковий вісник Полісся*. № 2 (14). С. 8–15.

References

1. Bendikov, M. (2000). Economic security of an industrial enterprise (organizational and methodological aspect). *Director's Advisor*. no 2. pp. 15-19.
2. Vasylychak, S. V., Veselovkyi A. I. (2020). Economical security of business and its warehouses in today's minds. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*. Vol. 20.15. pp. 98–105.
3. Vasylytsiv, T. G., Yaroshko O. R. (2018). Financial security of the enterprise: place in the system of economic security and priorities of strengthening at the post-crisis stage of economic development. *Scientific Bulletin of LTEU of Ukraine*. Vol. 21.2. pp. 132-136.
4. Gorjacheva, K. (2003). Financial security of the enterprise. The essence and place in the system of economic security. *Economist*. Vol. 8, pp. 65-67.
5. Donchenko, T.V. (2020). Theoretical foundations of enterprise rehabilitation: essence and functions. *Bulletin of Zhytomyr State Technological University*. Vol. 3. pp. 124–132.
6. Zubko, T. L. (2016). Assessment of the level of economic security of the communications company. *Economy. Management. Business*. Vol. 3. pp. 81-88.
7. Kutsyk, V. I., Lupak, R. L. (2017). Modeling of competitive positions of enterprises of the real sector of the economy in the domestic market. *Business Inform*. no 12 (479). pp. 244-249.
8. Lupak, R. L., Didych, A. M. (2017). Economic bases of ensuring the competitiveness of the enterprise in market relations. *Scientific Bulletin of LTEU of Ukraine*. Vol. 20.6. pp. 248-252.
9. Lisnichuk, O.A. (2019). Calculation of the rehabilitation potential of the enterprise: foreign experience and domestic practice. *Innovative economy*. Vol. 5(31). pp. 51–56.
10. Manojlenko, O.V. (2016). Approaches to assessing the resolution potential of temporarily insolvent entities. *Economy and state*. Vol. 1. pp. 60-63.
11. Melixova, T.O. (2019). Assessing the probability of bankruptcy in order to improve the financial condition of the enterprise. *Agrosvit*. Vol. 10. pp. 11-18.
12. Sobkevych, O. V. (2015). Strengthening the economic security of the state on the basis of rebuilding the innovation potential of the industrial complex of eastern Ukraine. *Regional economy*. Vol. 2. pp. 144-152.
13. Fokina, N. P., Bokij, V. I. (2003). Economic security of the enterprise – an essential component of financial stability. *Actual problems of economics*. Vol. 8 (26), pp. 98-110.
14. Shnipko, O. S. (2016). Economics of security of the archival bagatorial systems: the regional aspect. Kyiv, Ukraine.
15. Shpileva V.O., Kravchuk Yu. V., Yashchen I. V. (2022) Management of competitive positions of the enterprise. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 1 (302) 23-30. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-4>
16. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L., Kunytska-Iliash, M. V. Strategic approaches to the effective use of intangible assets as a condition for strengthening the competitiveness of enterprise. *Scientific Bulletin of Polissya*. № 2 (14). pp. 8-15.

Яна ПУХАЛЬСЬКА

<https://orcid.org/0000-0003-0889-1541>e-mail: pukhalska2530@gmail.com

Хмельницький національний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглянуто сучасні аспекти конкурентоспроможності підприємства в умовах інформаційного суспільства. Описані чинники, які впливають на споживача епохи інформаційного суспільства. Визначені концептуальний зміст сучасних конкурентних переваг підприємства та система інформації для створення нових конкурентних переваг за результатами моніторингу. Досліджено чинники, від наявності яких залежить можливість забезпечення конкурентних переваг підприємства в умовах інформаційного суспільства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, інформаційне суспільство, моніторинг, промислові підприємства.

Yana PUKHALSKA

Khmelnitskyi National University

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF THE INFORMATION SOCIETY

The article considers modern aspects of enterprise competitiveness in the information society. Factors influencing the consumer of the information society era are described. The conceptual content of modern competitive advantages of the enterprise and the information system for creating new competitive advantages based on the monitoring results are determined. The possibility of ensuring the competitive advantages of the enterprise in the information society has been studied on the presence of which factors.

The basis of the competitiveness of the enterprise requires thorough research on evolutionary development, current manifestations in the period of transformation of economic relations and increasing uncertainty, global challenges of the external environment. In the process of building an information society, taking into account its specifics, approaches to competition analysis are changing. Innovation processes have their own characteristics and the analysis of competitive advantages should be carried out taking into account the dynamic development of the economy. Significant changes in the functioning of socio-economic systems make it necessary to study the main factors of enterprise development in the new conditions, as well as the study of basic reserves for the formation of competitive advantages. For successful operations in such conditions, businesses are no longer efficient enough to manage their material resources. Intellectual resources and the result of their effective use - intellectual capital - are the basis for the formation of a sustainable level of competitiveness of enterprises.

It is necessary to consider modern aspects of enterprise competitiveness in the information society; identify factors that affect the consumer of the information society; determine the conceptual content of modern competitive advantages of the enterprise.

Key words: competitiveness, competitive advantages, information society, monitoring, industrial enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

У процесі побудови інформаційного суспільства, враховуючи його специфіку, змінюються підходи до аналізу конкуренції. Підґрунтя конкурентоспроможності підприємства потребує ґрунтовних досліджень щодо еволюційного розвитку, актуальних проявів у період перетворень економічних відносин та посилення невизначеності, глобальних викликів зовнішнього середовища. Інноваційні процеси мають свої особливості й аналіз конкурентних переваг має проводитися з урахуванням динамічного розвитку економіки. Значні зрушення у порядку функціонування соціально-економічних систем спричиняють необхідність вивчення основних факторів розвитку підприємств в нових умовах, а також дослідження основних резервів для формування конкурентних переваг. Для успішного функціонування в таких умовах суб'єктам господарювання уже недостатньо ефективно управляти своїми матеріальними ресурсами. Інтелектуальні ресурси та результат їх ефективного використання – інтелектуальний капітал – є основою для формування стійкого рівня конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз досліджень та публікацій

Проблеми методологічного та теоретичного дослідження конкурентоспроможності підприємств розглядали вітчизняні й зарубіжні науковці: Й. Шумпетер, Дж. Саттон, Р. Нельсон, С. Уінтер. Вагомий внесок до побудови сучасної парадигми конкурентних переваг, детермінантів та впливових напрямів зробили відомі закордонні та вітчизняні вчені: Бранденбургер А., Вербек А., Кантер Р., Ким Чан, Крістенсен К., Лареш Жан-Клод, Макграф Р., Моборн Р., Мур Дж. Ф., Мун Хвай-Чанг, Нейлбафф Б., Портер М., Прахалад К., Ругман А., Хамел Г., Чо Донг-Санг. Розробці стратегій підприємств приділяли увагу Котлер Ф., Майлс Р., Сноу Ч.

Питання дослідження проблем управління інформаційними ресурсами висвітлюватися у наукових працях таких вчених, як Я. Берсуцький, В. Глушков, В. Горчаков, Б. Гейтс, Р. Ешбі, В. Іванова, Т. Клебанова, Д. Козьє, С. Кулицький, С. Лазарева, О. Пушкар та ін. Питання формування інтелектуального капіталу досліджуються багатьма вченими, зокрема і в сфері аграрної економіки (Г. Білов, А. Єремєєва, Л. Курило, П. Саблук, Л. Смолій, О. Шпикуляк та ін.). Проте досі залишається актуальним питання визначення ролі інформаційних ресурсів у процесах формування інтелектуального капіталу та конкурентоспроможності підприємства.

Формулювання цілей статті

Необхідно розглянути сучасні аспекти конкурентоспроможності підприємства в умовах інформаційного суспільства; визначити чинники, які впливають на споживача епохи інформаційного суспільства; визначити концептуальний зміст сучасних конкурентних переваг підприємства.

Виклад основного матеріалу

На нашу думку, конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як здатність підприємства займати стійку ринкову позицію за рахунок отримання економічних вигод як наслідок ефективнішого, ніж у конкурентів, використання ресурсів. Такий підхід можна пояснити наступним чином:

– якщо підприємство задовольняє потреби споживачів якісною продукцією за обґрунтованими цінами, то формується сталий попит на таку продукцію, отже підприємство надалі працює у своїй ринковій ніші;

– отримання економічних вигод є необхідним атрибутом продовження діяльності підприємства, оскільки нормальний прибуток є стимулом продовжувати здійснювати підприємницьку діяльність;

– ефективніше використання ресурсів надає змогу отримати значні конкурентні переваги, тому що, по-перше, використовуючи ефективно фінансові ресурси підприємство формує свою фінансову безпеку як здатність передбачити і уникнути фінансових загроз; по-друге, ефективне використання матеріальних ресурсів дозволяє знизити собівартість виробництва продукції, тим самим підвищуючи цінову конкурентоспроможність; по-третє, ефективне використання людських ресурсів дозволяє створювати високоякісний продукт як результат ефективного функціонування системи оплати і стимулювання праці. Крім того, вдале управління людським потенціалом підприємства дозволяє формувати інтелектуальні ресурси як основу для інноваційного розвитку підприємства;

– вища, ніж у конкурентів, ефективність використання інформаційних ресурсів надає низку переваг. По-перше, інформаційні ресурси у вигляді матеріальних засобів праці дозволяють значно скоротити тривалість процесів обробки інформації, що формуються як всередині підприємства, так і ззовні. Таким чином формується перевага у часі, який є найбільш цінним ресурсом. По-друге, якісні інформаційні ресурси дозволяють формувати адекватні висновки щодо змін середовища і формувати відповідну поведінку підприємства на ринку. По-третє, інформаційні ресурси і технології забезпечують ефективніше внутрішнє координування діяльності.

Конкурентоспроможність є індикатором процесу конкуренції, який постійно відбувається між економічними суб'єктами в ринкових умовах. Оскільки конкуренція є процесом, що формується на основі змін як зовнішнього середовища, так і поведінки суб'єктів конкуренції, то кожен такий суб'єкт впливає тим чи іншим чином на конкуренцію.

Бренди, лідери думок та сторітелінг – нова реальність. Ще ніколи споживач не був таким прискіпливим, а бізнес – настільки клієнтоорієнтованим, відкритим та толерантним. Обираючи товар чи послугу, споживач не просто робить покупку. Здійснюючи трансакцію покупець, підтверджує свою приналежність до місії та цінностей, які транслює компанія. Бізнес, для того, щоб залучитись підтримкою, розширити ринок збуту та цільову аудиторію часто змінює вектор руху, править стратегію та навіть звільняє топ-менеджмент за неналежні чи необережні висловлювання, якщо такі негативно впливають на імідж бренду.

Яскравим прикладом може слугувати бренд жіночої білизни Victoria's Secret, який ще у 2019 вперше з 1995 року скасував фірмовий щорічний модний показ (який уже став культовою подією в світі моди), через невдоволення суспільства з приводу вибору моделей. Так, бренд завжди представляли класичні, високі, худі моделі, що стало чорною міткою для нього, в новій реальності «бодіпозитивізму». У червні 2021 бренд оголосив про відходження від концепції «Ангелів Вікторії» натомість надаючи перевагу жінкам різної комплекції та жінкам-трансгендерам. На графіку нижче (рис. 1) представлена популярність бренду у США з 2019 до 2021 р.

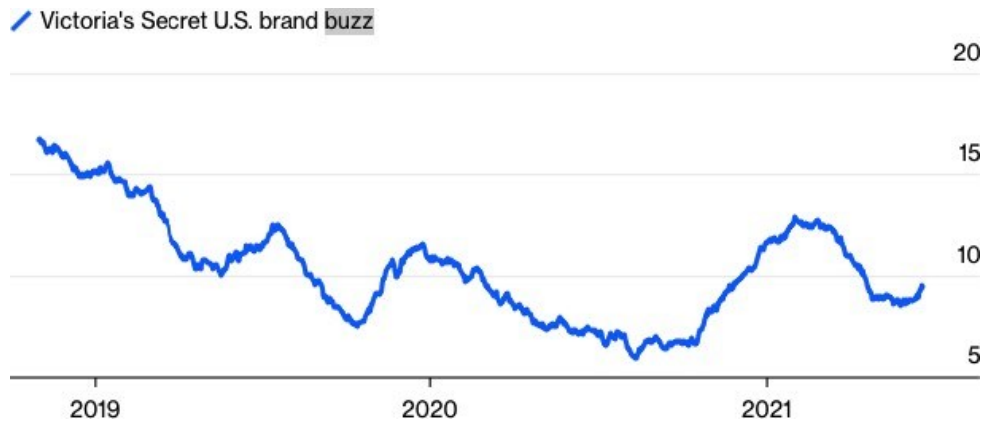


Рис. 1. Популярність бренду «Victoria`s Secret»

KPMG (об'єднання міжнародних компаній з бухгалтерського обліку та консультаційних послуг), провели дослідження охопивши в своєму дослідженні більше 12 тис. чоловік з 12 країн.

Основні чинники, які впливають на прийняття рішення споживача епохи інформаційного суспільства [1]:

- ✓ співвідношення ціна / якість (62%);
- ✓ особиста безпека (40%);
- ✓ асортимент товарів і послуг (37%);
- ✓ попередній досвід (35%);
- ✓ прямий зв'язок з брендом (19%);
- ✓ співвідношення ідеології бренду з особистими цінностями клієнта (18%);
- ✓ есо-friendly світогляд бренду (17%).

Для того, щоб заручитись лояльністю споживача нового покоління – недостатньо просто запропонувати якісний продукт за відповідну у сегменті ціну. Недостатньо врахувати товари та можливості конкурентів чи наявність товарів-замінників. Ринок працює – якісний продукт – мінімальний інформаційний супровід – базовий рівень вимог до бізнесу. Незалежно від того, чи це корпорація чи локальний селф-мейд бренд – він повинен створювати цінність для своєї цільової аудиторії та постійно комунікувати з нею онлайн і офлайн. Типовий споживач епохи інформаційного суспільства вибагливий, він має бути переконаний, що у бренду є саме те, що йому необхідно і очікує від компаній високого рівня персоналізації. Вибір залишається за людиною, і тільки вдалий customer journey може вплинути на її рішення про покупку.

В умовах постійного розвитку та зміни ринку аналіз конкурентних переваг підприємства є одним із найважливіших напрямків вивчення особливостей господарської діяльності підприємства. Адже високий рівень конкурентоспроможності підприємства є гарантом одержання високого прибутку. У сучасних умовах конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів. Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

Сучасне підприємство являє собою відкриту систему, яка складається з певних елементів, а саме: фінансово-економічного, технологічного, організаційного та професійно-кадрового з виокремленням інформаційного, інтелектуально-підприємницького, часового, просторового, умова їх безконфліктної функціональності дозволяє досягнути результативності виконання місії підприємства, що створює синергетичний ефект продукування сучасних, стійких та інклюзивних конкурентних переваг.

У свою чергу, одним із векторів розвитку інформаційного суспільства, яке набуває світового поширення, є не тільки створення нових галузей виробництва, а й створення інформаційних мереж, в яких буде використовуватися значна частина продукції високотехнологічних виробництв, програм інформатизації за різними напрямками, зокрема освіти, розвиток мережевого характеру національних комп'ютерних мереж і телекомунікацій, обов'язковою є участь університетів, організацій і підприємств, інших учасників, які мають формувати нову структуру інформаційного ринку, включаючи комерційні, міжнародні та неурядові організації, а також інвесторів, готових інвестувати в прогресивні галузі економіки.

Здатність та готовність до розвитку виявляється в інноваційній мобільності вітчизняних підприємств (швидко сприймати і впроваджувати інновації), наявності у них так званих «стратегічних компетентностей інноваційного підприємства» (інтегрування в професійне співтовариство), перехід до відносин партнерства, так званих «відкритих взаємовідносин».

Одним з впливових моментів є своєчасне оперування інформаційними потоками та вміння оцінити їх важливість й швидко відреагувати. Тому ефективно налагоджені системи інформації, а саме моніторинг, дають змогу формування з подальшим оптимальним управлінням конкурентних переваг.

Система інформації для створення нових конкурентних переваг за результатами моніторингу передбачає [2]:

✓ інформацію про життєві цикли конкурентних переваг, що дає змогу виявити момент необхідності впровадження нової конкурентної переваги в тому випадку, якщо одна з існуючих вже зжила себе, перебуває в стадії спаду й не підлягає відновленню;

✓ інформацію про наявні ринкові вимоги, що враховують побажання споживачів. Така інформація вкрай важлива для підприємства, тому що споживачі в умовах ринкової економіки диктують свої умови, й виграв в конкурентній боротьбі підприємство, що максимально враховує запити споживачів;

✓ інформацію про конкурентні переваги підприємств-конкурентів та їх слабкі місця, що дає можливість підприємству приймати рішення щодо створення нових конкурентних переваг, які ще не задіяні конкурентами, й про можливість створення таких конкурентних переваг, за допомогою яких можна натискати на конкурентів, послабляючи тим самим їх конкурентні позиції.

Можливість забезпечення конкурентних переваг залежить від наявності низки чинників [3]:

✓ відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або за рахунок зменшення їх витрат, або за рахунок підвищення ефективності продукції для задоволення потреб споживачів;

✓ ключові компетенції – особлива навичка чи технологія, що створюють унікальну цінність для споживачів;

✓ поява нових технологій;

✓ нові запити покупців чи ті запити, що змінилися;

✓ поява нового сегмента галузі в результаті освоєння нової продукції;

✓ зміна вартості чи видів компонентів виробництва;

✓ зміна державного регулювання в таких напрямках, як стандарти, охорона навколишнього середовища;

✓ швидкість створення та реалізації інновацій;

✓ здатність відмовитися від існуючої конкурентної переваги на користь формування нової, більш ефективної;

✓ удосконалення власного виробництва;

✓ ефективне використання всіх видів ресурсів та їх оптимальне структурне співвідношення.

У межах проведеного дослідження слід узагальнити основні сучасні конкурентні переваги підприємства, які охоплюють важливі елементи стратегії та формують успішне функціонування підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Концептуальний зміст сучасних конкурентних переваг підприємства

Конкурентна перевага	Зміст
Ексклюзивний елемент генеральної та конкурентної стратегії	Стратегічне мислення.
Унікальний та складнокопіюємий елемент створення цінності	Створення умов щодо підвищення креативно-проактивної поведінки персоналу (формування інтелектуально-креативного капіталу) в розрізі впливу робочого середовища на функціонал прийняття рішень.
Ключова компетентність у проактивному управлінні конкурентним середовищем	Моніторинг та форсайт зовнішнього середовища, відповідність проактивного управління підприємством сучасному технологічному укладу, технологічним трендам нововведень та своєчасне реагування на зміни. Рациональність організаційних структур, уникнення дублювання та зайвого контролю.
Фокусування на формуванні ключових активів	Інтелектуальний капітал, нематеріальні активи.
Конкурентний розвиток	Основами на формуванні ключових системних компетентностей.
Модернізація потужностей	Для впровадження нових технологій з метою надання конвергентних послуг.
Інвестування	В наукові дослідження, інновації, інтелектуальний капітал, розвиток ключових компетентностей підприємства.
Акценти ведення конкурентної боротьби	Рівень витрат, якість надання послуг, конкурентна розвідка, якість комунікаційної складової зі споживачем (клієнтоорієнтованість).

Враховуючи тенденції трансформаційних перетворень зовнішнього середовища конкурентні переваги підприємств набувають якісно нового змісту та потребують коригування точок зору на їх сутність, структурування, життєвий цикл, середовище адаптації [4].

На зміну конкурентним перевагам, стійким перевагам в загальному уявленні приходять сучасні переваги підприємства, які мають певні ознаки унікальності, компетенційного наповнення, застосовуючи арсенал існуючих підходів до їх створення, а також комбінування залежно від ситуаційних умов зовнішнього середовища. Відповідно до тенденцій розвитку та викликів бізнес-середовища підприємства,

інтегруючись у процес побудови інформаційного суспільства з певними вимогами до інноваційних впроваджень та їх дифузії, забезпечуючи свій стійкий розвиток, мають продукувати сучасні конкурентні переваги.

Одним з впливових моментів є своєчасне оперування інформаційними потоками та вміння оцінити їх важливість й швидко відреагувати. Тому ефективно налагоджені системи інформації, а саме моніторинг, дають змогу формування з подальшим оптимальним управлінням конкурентних переваг.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що основними механізмами підвищення конкурентоспроможності в інформаційному суспільстві є:

- механізм оптимізації бізнес-процесів на основі врахування запитів і потреб споживача;
- механізм формування бренду (брендінг) разом зі споживачами;
- механізми забезпечення ефективного інформаційного супроводу оптимізації бізнесу на основі врахування цінностей споживача.

Таким чином, в умовах інформаційного суспільства підприємство, що здійснює управління на основі формування та реалізації зазначених механізмів, розширює свої можливості проникнення на ринок та реалізує потенціал конкурентоспроможності.

Література

1. Блюмин А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 296 с.
2. Пархоменко В. Д. Наукові і організаційні проблеми управління інформаційними ресурсами / В. Д. Пархоменко // Науково-технічна інформація. – 2017. – № 3. – С. 31–36.
3. Нетреба І. О. Теоретичні підходи до визначення категорії «інформаційний ресурс» / І. О. Нетреба // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2018. – № 8 (161). – С. 70–73.
4. Чумаченко М. Г. Розвиток системи обліку на принципах інформатики і кібернетики / М. Г. Чумаченко, М. С. Пушкар // Удосконалення системи обліку, аналізу та аудиту як складової інформатизації суспільства : матеріали міжнар. міжвуз. наук.-практ. конф. (Тернопіль–Мукачєво, 2019). – Тернопіль, 2019. – С. 5–11.

References

1. Blumyn A. M., Feoktystov N. A. "Myrovye ynfornatsyonnye resursy" [Global Information Resource] : Uchebnoe posobyе, Moscow, Yzdatel'skotorhovaia korporatsiya «Dashkov y K» (Publishing and Trading Corporation "Dashkov i K"), 2020, p. 296.
2. Parkhomenko V. D. "Naukovi i orhanizatsijni problemy upravlinnia informatsijnymy resursamy" [Scientific and organizational problems of resource management], *Naukovo-tekhnichna informatsiian* [Scientific and technical information], vol. 3, 2017, pp. 31–36.
3. Netreba I. O. "Teoretychni pidkhody do vyznachennia katehorii «infornatsijnij resurs»" [Theoretical approaches to the definition of the "information resource"], *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin of Kyiv National Taras Shevchenko University], vol. 8 (161), 2018, pp. 70–73.
4. Chumachenko M. H., Pushkar M. S. "Rozvytok systemy obliku na pryntsyypakh informatyky i kibernetiky" [Development of accounting principles in computer science and cybernetics], *Udoskonalennia systemy obliku, analizu ta audytu iak skladovoi informatzatsii suspil'stva: materialy mizhnar. mizhvuz. nauk.-prakt. konf.* (Proceedings of the International Interuniversity Scientific Conference) (Ternopil–Mukachevo), 2019, pp. 5–11.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-16>

УДК 330.101: 336.02

Анатолій ЧИНЧИК

Київський національний університет будівництва і архітектури

<https://orcid.org/0000-0003-4017-4753>

e-mail: chynchyk.aa@knuba.edu.ua

Степан ГОЛУБКА

Рахункова палата України

<https://orcid.org/0000-0002-5296-4798>

e-mail: holubkas@ukr.net

ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ БЮДЖЕТІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Обґрунтовано бачення фіскального механізму територіальних громад в умовах децентралізації в розрізі фіскального планування, фіскального контролю, фіскального забезпечення та фіскального регулювання скрізь призму фінансових норм і нормативів, фінансових лімітів і розривів, фінансових стимулів і санкцій, нормативно-правове забезпечення. Стверджується, що візуалізовані показники виконання бюджетів територіальних громад за доходами, видатками та трансфертами – це новий інструмент для бюджетної аналітики на місцевому рівні. Представлено пропозиції та шляхи реформування податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації, серед чого названо потребу у відновленні проведення індексації нормативної грошової оцінки землі та встановлення коефіцієнту індексації на рівні реального індексу інфляції; продовження не застосування пільги для земельних ділянок залізничного транспорту.

Ключові слова: національна економіка, податковий менеджмент, фінансова децентралізація, територіальні громади, бюджет громади, податкові платежі.

Anatolii CHYNCHYK

Kyiv National University of Construction and Architecture

Stepan HOLUBKA

Accounting Chamber of Ukraine

TAX REVENUES OF BUDGETS UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES: THEORETICAL ANALYSIS

Using general theoretical (synthesis, induction, deduction) and special (systematization, abstraction, component analysis) methods of scientific knowledge, the article examines the features of tax management in decentralization and analyzes tax revenues of the budgets of united territorial communities in Ukraine.

The article describes the features of tax management of territorial communities in the context of decentralization and considers the changes that occur as a result. In the article the authors presented his own vision of the fiscal mechanism of territorial communities in the context of decentralization in terms of fiscal planning, fiscal control, fiscal support and fiscal regulation through the prism of financial norms and standards, financial limits and gaps, financial incentives and sanctions, regulatory support.

The authors claims that the visualized indicators of budget execution of territorial communities in terms of revenues, expenditures and transfers are a new tool for budget analysis at the local level. The article considers the tools of tax management of territorial communities in the conditions of decentralization in the context of four stages, which are characterized by the author.

Proposals and ways to reform the tax management of territorial communities in the context of decentralization are presented, including: the need to resume the indexation of regulatory monetary valuation of land and establish the indexation coefficient at the level of the real inflation index; continuation of non-application of benefits for land plots of railway transport. The article examines four classes of united territorial communities in the conditions of decentralization according to the structure and composition of tax payments.

Key words: tax management, financial decentralization, territorial communities, community budget, tax payments.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Національна фінансова основа місцевого самоврядування, потребує значного уточнення й корегування. Викликано це зокрема тим фактом, що дохідна частина бюджетів територіальних громад не переглядалися жодного разу, з того часу як стартувала компанія з децентралізації. Стосовно видаткової частини, то ці повноваження збільшувались щорічно. До того ж, фінансово-економічна децентралізація є однією із значимих реформ, що має досить ефективне впровадження в Україні. Так як бюджетна децентралізація покликана зміцнити спроможність територіальних громад та підвищити рівень соціально-економічного розвитку регіонів, законодавством України передбачено збільшення доходів та повноважень територіальних громад, які об'єдналися в умовах даної реформи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Цінними в науковому сенсі дослідженнями проблематики децентралізації та об'єднаних територіальних громад як ключового чинника економічного і соціального розвитку регіонів України є

наукові праці та практичні дослідження і розробки таких знаних учених, як Возняк Г. [1], Гарбар Ж. [2], Ползікова Г. [3; 4], Улютіна Д. [5] та ін. Вагомий внесок у розвиток і вдосконалення теоретичних розробок і практичних рекомендацій функціонування вітчизняного податкового механізму здійснили Адамов Д. [6], Краус Н. [7; 8; 9], Леоненко П. [10], Мельник О. [11], Манжура О. [12], Сторонянська І. [13], Парчишин Р. [14], Поченчук Г. [15], Штань М. [16] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень, зокрема з питань визначення закономірностей еволюції механізмів регіонального податкового менеджменту в умовах децентралізації влади (Г. Ползікова) [4], податкової системи для забезпечення узгодження інтересів держави, регіонів, суб'єктів господарювання, створення умови ведення підприємницької діяльності, сприяння більш повному використанню резервів забезпечення стійкого економічного зростання в Україні (М. Штань) [16], окреслення напрямів вдосконалення фінансової спроможності територіальних громад (Ж. Гарбар) [2], дослідження фінансової децентралізації в Україні [1; 4; 16], значна кількість проблем щодо бачення подальшого розвитку податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації, залишаються недостатньо розкритими.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження особливостей практичного розвитку податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації та напрацювання пропозицій в частині його реформування.

Виклад основного матеріалу. Аналіз обсягів податкових надходжень бюджетів об'єднаних територіальних громад в Україні дав змогу представити структуру обсягу податкових платежів територіальних громад в умовах децентралізації (рис. 1).

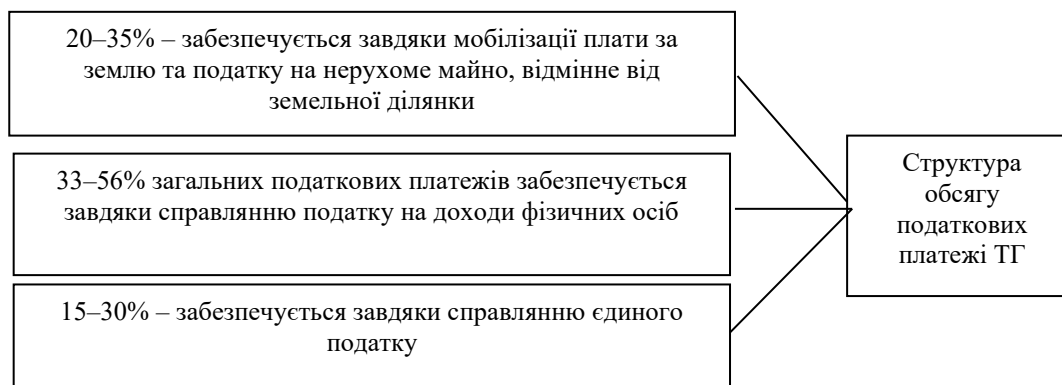


Рис. 1. Структура обсягу податкових платежів територіальних громад в умовах децентралізації (складено автором на основі джерела 14)

У процесі дослідження визначено, що основними завданнями, які очікується реалізувати в рамках функціонування територіальних громад в частині їх бюджетної децентралізації, є перегляд та визначення переліку власних та делегованих повноважень; розширення фінансової бази органів місцевого самоврядування; перехід до системи цільових трансфертів, спрямованих на компенсацію видатків органів місцевого самоврядування в результаті реалізації ними делегованих функцій; запровадження максимального рівня прозорості використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування.

Забезпечення об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації фінансово-економічним ресурсом відбувається шляхом включення до бюджетів даних громад надходжень у формі обов'язкових загальнодержавних і місцевих податкових платежів, які формують значну частку власних надходжень бюджетів об'єднаних територіальних громад, при цьому незначну частку складають неподаткові надходження та надходження від реалізації операцій із капіталом, а також значна частка належить трансфертам [13]. Обсяги податкових надходжень бюджетів об'єднаних територіальних громад в Україні представлено в таблиці 1.

Інституційними суб'єктами податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації виступають органи місцевого самоврядування, які встановлюють місцеві податки і збори [3, с. 237].

Значення даного виду менеджменту зростає в умовах прийняття законів України щодо внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України в частині саме децентралізації фінансів, зміцнення матеріальної та фінансової основи територіальних громад. Рішення органів місцевого самоврядування з питань місцевих податків та зборів, прийнятих за правилами, встановленими Податковим Кодексом України, є частиною податкового законодавства України. До місцевих податків належать: податок на майно; єдиний податок. До місцевих зборів належать: збір за місця для паркування транспортних засобів;

туристичний збір. Місцеві ради обов'язково установлюють єдиний податок та податок на майно (в частині транспортного податку та плати за землю) [20].

Таблиця 1

Обсяг податкових надходжень бюджетів об'єднаних територіальних громад в Україні

Види податкових надходжень	станом на 01.01.2017	станом на 01.01.2018	станом на 01.01.2019	станом на 01.01.2020
Податкові надходження, млн грн.	3264	9165	20597	28215
Доходи від операцій з капіталом, млн грн.	19	68	154	227
Єдиний податок, млн грн.	447	1403	3299	4366
Податок на майно, млн грн.	597	1545	3395	5024
ПДФО, млн грн.	1745	5212	11880	16186
Неподаткові надходження, млн грн.	284	873	1643	2227
Акцизний податок, млн грн.	368	794	1539	1732
Разом, млн грн.	3577	10124	22434	30728

Джерело: згруповано на основі джерела [19].

Децентралізація бюджетних відносин зумовила зростання зацікавленості органів місцевого самоврядування у підвищенні обсягів надходжень до бюджетів об'єднаних територіальних громад через пошук та реалізацію заходів щодо виявлення резервів їхнього зростання, а також зростання ефективності адміністрування у розрізі загальнодержавних та місцевих податкових платежів й обов'язкових зборів [1]. Але установлення місцевих податків та зборів, не передбачених Податковим Кодексом, забороняється. Зарахування місцевих податків та зборів до відповідних місцевих бюджетів здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України [21]. Варто зазначити, що для Міністерства фінансів бюджетна децентралізація та фінансова спроможність територіальних громад є пріоритетним напрямом у реформуванні системи управління публічними фінансами. Так, зокрема, новою Стратегією реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 роки, яка була схвалена Урядом наприкінці 2021 року, вже передбачена низка комплексних змін та нових підходів, включаючи: повноцінну реалізацію середньострокового бюджетного планування та подальший розвиток програмно-цільового методу на місцевому рівні; покращення управління місцевим боргом та фіскальними ризиками місцевих бюджетів; чітке розмежування повноважень між центральними органами влади та ОМС; удосконалення системи бюджетного вирівнювання; збільшення власних фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування (включаючи перегляд підходів до зарахування ПДФО); створення дієвої моделі фінансового контролю щодо місцевих бюджетів; визначення чітких показників ефективності для Державного фонду регіонального розвитку [5].

Інструментарій податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації та шляхи реформування представлено в таблиці 2 та 3.

Таблиця 2

Інструментарій податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації

Етапи реалізації	Загальна характеристика та зміст стратегічного податкового планування в ході напрацювання реформаційних механізмів податкового менеджменту територіальних громад
1 етап	Визначення цілей податкового планування, виходячи зі стратегічних пріоритетів та інтересів підприємств, галузей, що входять до господарського комплексу територіальних громад, а також оцінки їх податкового навантаження.
2 етап	Розробка альтернативних варіантів розвитку господарського комплексу територіальних громад (ТГ) та оцінка їх впливу на податкостроможність платників податків ТГ.
3 етап	Довгострокове прогнозування податкових надходжень, виходячи з найбільш імовірного сценарію розвитку господарського комплексу ТГ в умовах децентралізації.
4 етап	Розробка довгострокових планів податкових надходжень до місцевого бюджету.

Джерело: згруповано на основі джерела [4, с. 52].

Бюджети місцевих громад є базовим системоформуючим елементом державної фінансової системи та інструментом реалізації соціальної політики. На базі ресурсів органів місцевого самоврядування, що зосереджені у місцевих бюджетах, здійснюється фінансово-економічне забезпечення близько 70% видатків соціальної сфери [11]. Бюджети об'єднаних територіальних громад за своєю сутністю ідентичні місцевим бюджетам.

Особливої увагу в частині ефективного вирішення потребує питання справедливого зарахування ПДФО до бюджетів громад, який після зміни у 2021 році адміністративно-територіального устрою набув особливої актуальності. На сьогодні в структурі доходів загального фонду місцевих бюджетів ПДФО займає більше 60% і є основним бюджетоутворюючим податком для місцевих бюджетів, а відтак потребує збалансованої моделі щодо його розподілу [5]. Класифікація об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації відповідно до структури і складу податкових платежів представлена в таблиці 4.

Таблиця 3

Пропозиції та шляхи реформування податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації

Акцизний податок та можливі джерела наповнення бюджетів територіальних громад	Акцизний податок з виробленого в Україні та ввезеного на митну територію України пального варто зберігати в загальному фонді бюджетів територіальних громад. Необхідним є скасування пільг, встановлених державою щодо місцевих податків, та недопущення встановлення нових: продовження не застосування пільги для земельних ділянок залізничного транспорту; відновлення проведення індексації нормативної грошової оцінки землі та встановлення коефіцієнту індексації на рівні реального індексу інфляції; скасування пільги, передбаченої п.4 статті 284 ПКУ щодо справляння у розмірі 25% плати за землю за земельні ділянки, надані гірничодобувним підприємствам для видобування корисних копалин та розробки родовищ корисних копалин.
Єдиний податок	Включено 100% єдиного податку, що справляється із платників четвертої групи, тоді як у 2017 р. до бюджетів місцевого рівня надходили лише 86%.
Туристичний збір	Потребує внесення змін до податкового законодавства з метою ефективного справляння даного виду збору.
Рентна плата	В обсяг надходжень до бюджетів об'єднаних територіальних громад включено 3% рентну плату за використання природних надр задля видобутку нафти, природного газу та газового конденсату.

Джерело: згруповано на основі джерела [22; 11].

Таблиця 4

Класифікація об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації відповідно до структури і складу податкових платежів

1 група	включає об'єднані територіальні громади, базовим джерелом податкових доходів бюджету яких є податок на доходи фізичних осіб, що складає більш ніж 60% від загального розміру податкових надходжень. Питома вага інших податкових надходжень рівномірно структурується у межах 5–7% від загального обсягу податкових платежів.
2 група	об'єднані територіальні громади, податкові доходи бюджету яких формують два базових джерела, що в сукупності складають близько 80% узагальненого обсягу податкових доходів бюджету. Водночас можливе або забезпечення ними в однакових пропорціях кожним третини доходів податкового характеру бюджету об'єднаних територіальних громад, або забезпечення одним із податків близько 20%, а іншим – 60%. Проте у підсумку дані бюджетоформуючі податки повинні забезпечувати більш ніж 80% податкових доходів до бюджету об'єднаних територіальних громад. Об'єднаних територіальних громад зазначеного класу в Україні є так як і громад першого класу у достатній кількості.
3 група	об'єднані територіальні громади, що характеризуються відносно рівномірним забезпеченням фінансування потреб цієї території за рахунок податкових платежів трьома-чотирма джерелами. Водночас два з них у підсумку повинні забезпечувати не більш, ніж 80% загального обсягу податкових платежів до бюджету об'єднаних територіальних громад. Аналіз структури податкових доходів бюджетів об'єднаних територіальних громад України свідчить, що 38,4% громад є саме цього типу.
4 група	об'єднані територіальні громади, склад податкових платежів бюджетів яких не відповідає характерним рисам трьох попередніх класів; цей клас характеризується наявністю значної кількості ознак, які притаманні третьому, однак є відмінним і від цього класу, насамперед, наявністю у власній структурі податкових доходів надходжень від акцизного податку з пального, що у випадку їхньої відміни може зумовити негативну динаміку у структурі податкових доходів бюджету таких об'єднаних територіальних громад.

Джерело: згруповано на основі джерела [13].

Суттєві зміни в частині використання коштів територіальних громад відбулося в результаті повномасштабної війни РФ на Україну. Ці зміни не можна оминати увагою в рамках заявленої теми дослідження. Так з метою оперативного та ефективного прийняття управлінських рішень у період воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24.02.2022 № 64 “Про введення воєнного стану в Україні”, Постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2022 № 252 “Деякі питання формування та виконання місцевих бюджетів у період воєнного стану” визначено, що за поданням місцевих фінансових органів рішення про внесення змін до рішень про місцеві бюджети, приймають виконавчі комітети відповідних місцевих рад. Водночас, 24 березня Верховна Рада прийняла в цілому Закон України “Про внесення змін до Законів України “Про центральні органи виконавчої влади” та “Про правовий режим воєнного стану” щодо забезпечення керованості державою в умовах воєнного стану” (законопроект за реєстр. № 7153). Згідно з нормами зазначеного Закону у період дії воєнного стану сільський, селищний, міський голова територіальної громади, на території якої не ведуться бойові дії та не прийнято рішення про утворення військової адміністрації населених пунктів, виключно для здійснення заходів правового режиму воєнного стану може прийняти рішення, з обов'язковим інформуванням начальника відповідної обласної військової адміністрації протягом 24 годин, щодо внесення до місцевого бюджету змін.

Кабінетом Міністрів України 17 березня 2022 р. внесено зміни до Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану (постанова КМУ від 17 березня 2022 р. № 308). Зміни внесено до підпункту 2 пункту 19 Порядку в частині розширення переліку видатків другої черги, за якими здійснюються платежі Казначейством за дорученням клієнтів, зокрема, доповнено його видатками на здійснення заходів і програм з підтримки Збройних Сил України та підрозділів територіальної оборони. За інформацією Державної казначейської служби України станом на 01.02.2022 року у місцевих бюджетах були накопичені залишки освітньої субвенції 7 млрд грн, а субвенції на надання державної підтримки особам з особливими освітніми потребами – 213 млн грн. Наразі 26 березня 2022 р. Уряд прийняв постанову, якою вніс зміни до порядків та умов надання освітньої субвенції і

субвенції на підтримку осіб з особливими освітніми потребами. Тож залишки коштів можуть бути використані на заходи територіальної оборони, задоволення продовольчих потреб, евакуацію населення з небезпечних територій у безпечні місця та їх облаштування [23]. Фіскальний механізм територіальних громад в умовах децентралізації ми зробили спробу представити в таблиці 5.

Таблиця 5

Фіскальний механізм територіальних громад в умовах децентралізації

	Фінансові норми і нормативи	Фінансові ліміти і резерви	Фінансові стимули	Фінансові санкції	Нормативно-правові забезпечення
Фіскальне планування	Норми амортизаційного обчислення	Фінансові резерви підприємства	Податкові пільги	Санкції за порушення податкового законодавства	Конституція України
Фіскальне оперативне планування	Норми витрат бюджетних установ	Резервний фонд Кабміну	Бюджетні кредити	Пеня за несвоєчасну сплату платежів	Закони України
Фіскальний контроль	Норми бюджетного забезпечення	Резервний фонд місцевих рад	Податкові канікули	Відміна надання пільг	Укази Президента
Фіскальне забезпечення	Ставки заробітної плати, пенсії	Ліміти бюджетного фінансування	Відтермінування сплати податків	Санкції нецільового використання бюджетних коштів	Нормативні акти Міністерств
Фіскальне регулювання	Ставки податків, неподаткових платежів	Валютні резерви Нацбанку	Надання фінансової допомоги	Санкції, штрафи, пеня	Нормативні акти місцевих рад

Джерело: авторська розробка

Реалізація децентралізованого принципу в податковому менеджменті в контексті розвитку інституту єдиного податку пов'язана з визначенням фактичних форм і ступеня децентралізації в кожний окремий етап її проведення. У випадку відсутності поточного коригування фактичного стану реалізації політики децентралізації може відбутися зміщення акцентів реалізації наступних етапів зазначеного процесу. У такому разі існує можливість потрапляння у пастку невідповідності податкової бази територіальної громади із публічними витратами громади. Через нестачу коштів територіальна громада може опинитися у фінансовій залежності від державного бюджету, а за наявності обмежень і процедур вона має усі шанси втратити сприятливі можливості поточного стану ринку щодо фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу. На результативність децентралізованого принципу в податковому менеджменті в контексті розвитку інституту єдиного податку також здійснює вагомий вплив рівень кваліфікації та самостійності центральної влади, яка має політичну волю та ресурси протистояти опортуністичним проявам дій влади територіальних громад. Отримавши відносну свободу влади територіальних громад через встановлення системи стимулів, пільг та покарань у межах податкового законодавства країни, доцільно сформувані податковий механізм розбудови малого бізнесу на основі мотивації їх раціональної фіскальної поведінки, який, в межах кожної територіальної громади, буде мати унікальний набір інструментів практичної реалізації [6, с. 36–37]. Підсумовуючи вище сказане, варто зауважити, що запровадження політики фіскальної децентралізації заклало підґрунтя посилення фінансової самостійності територіальних громад та підвищення фінансової самодостатності бюджетів місцевого самоврядування первинної ланки.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В підсумку зазначимо, що базою фінансово-економічно розвиненої та соціально стабільної країни, яка характеризується високим рівнем демократичності є самостійні та незалежні у фінансовому аспекті територіальні громади. Адже вони мають всі потрібні ресурси для створення якісного та повноцінного надання суспільних послуг для населення. Адміністрування місцевих податків та зборів є надважливою проблемою, яка потребує вирішення на законодавчому рівні з метою підвищення фіскальної ефективності бюджетів територіальних громад.

Література

1. Возняк Г.М. Бюджетна політика розвитку регіонів України: сучасна парадигма та орієнтири подальших реформ : монографія. Львів : ДУ "Інт регіон. дослідж. ім. М.І. Долишнього НАН України", 2016. 519 с.

2. Гарбар Ж.В. Особливості формування бюджетів об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації. *Економіка та держава*. 2021. № 6. С. 45–51.
3. Ползківа Г.В. Податковий менеджмент як ієрархічна система: діалектика взаємозв'язку механізмів. *Вісник ДДМА*. 2015. № 1 (34). С. 234–240.
4. Ползківа Г.В. Механізми регіонального податкового менеджменту в умовах децентралізації влади в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. *Економічна наука*. № 22, 2016. С. 49–53.
5. Улютин Д. Для Міністерства фінансів бюджетна децентралізація та фінансова спроможність територіальних громад є пріоритетним напрямом. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/denis-ulyutin-dlya-ministerstva-finansiv-byudzhethna-decentralizaciya-ta-finansova-spromozhnist-teritorialnih-gromad-ye-prioritetnim-napryamom>.
6. Адамов Д. В. Децентралізований принцип податкової системи: стан та перспективи розвитку інституту єдиного податку. *Аспекти публічного управління*. 2018. Т. 6. № 4. С. 32–38.
7. Краус, Н.М. Інституціональний зріз дихотомії старих і нових інститутів розвитку сфери фінансів в умовах інновації. *Фінанси України*. 2018. 4 (269). С. 115–126.
8. Kraus, K., Kraus, N., Shtera, O. (2021). Teaching Guidelines For Digital Entrepreneurship. Cracow University of Economics, Kiev-Cracow. 71 p. URL: <https://ted.uek.krakow.pl/output-1-teaching-guidelines/>.
9. Kraus, N., Kraus, K., Osetskiy, V. (2020). New quality of financial institutions and business management. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 6, no. 1, pp. 59–66. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/766>.
10. Леоненко П.М., Краус Н.М. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні за технологічними укладами. *Фінанси України*. 2016. 4 (245). С. 50–64.
11. Мельник О.І. Перспективні напрями фінансового забезпечення розвитку об'єднаних територіальних громад. *Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання*. 2019. Вип. 12. URL: [http://www.econo\\$my.nauka.com.ua/pdf/12_2019/161.pdf](http://www.econo$my.nauka.com.ua/pdf/12_2019/161.pdf)
12. Kraus, K., Kraus, N., Manzhura, O. (2021). Digitalization of Business Processes of Enterprises of the Ecosystem of Industry 4.0: Virtual-Real Aspect of Economic Growth. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, vol. 18, 2021, Art. #57, pp. 569-580. URL: [https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/b165107-021\(2021\).pdf](https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/b165107-021(2021).pdf).
13. Стороняньська І.З. Міжрегіональні інтеграційні процеси в Україні: тенденції та перспективи розвитку : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2019. 392 с.
14. Панчишин Р.П. Основні переваги об'єднаної територіальної громади як форми організації місцевого самоврядування в Україні. URL: [http://www.jurna\\$uljuridic.in.ua/archive/2018/3/part_1/6.pdf](http://www.jurna$uljuridic.in.ua/archive/2018/3/part_1/6.pdf)
15. Краус Н.М., Нікіфоров П.О., Краус К.М., Поченчук Г.М. Фінансові інструменти економічного розвитку : навчально-методичний посібник. К. : Аграр Медіа Груп. 2020. 210 с.
16. Штань М.В. Податкові інструменти регулювання економіки України в умовах глобалізації. *Міжнародні відносини. Серія "Економічні науки"*. 2014. № 4. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/132
17. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97 – ВР. URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97 #D0B2D180](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97 #%D0%B2%D1%80)
18. Бюджети територіальних громад України : опублікована версія інформаційно-аналітичного дашборду. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14281>.
19. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>.
20. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : закон України від 28.12.2014 № 71 #VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71#19/>
21. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин : закон України від 28.12.2014 № 79 #VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79#19/paran2#n2>
22. Бюджетні консультації-2022: Всеукраїнська Асоціація ОТГ представила позицію у Міністерстві фінансів України. URL: [https://hromady.org/byudzhetni-konsultaci%D1%97-2022-vseukra%D1%97nsk/..](https://hromady.org/byudzhetni-konsultaci%D1%97-2022-vseukra%D1%97nsk/)
23. Фінансування добровільних формувань територіальних громад – роз'яснення. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14725>.

References

1. Vozniak H.M. Biudzhethna polityka rozvytku rehioniv Ukrainy: suchasna paradyhma ta oriientyry podalshykh reform : monohrafiia. Lviv : DU "Int rehion. doslidzh. im. M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy", 2016. 519 s.
2. Harbar Zh.V. Osoblyvosti formuvannya biudzhethiv obiednanykh terytorialnykh hromad v umovakh detsentralizatsii. *Ekonomika ta derzhava*. 2021. № 6. S. 45–51.
3. Polzikova H.V. Podatkovi menedzhment yak iierarkhiichna systema: dialektyka vzaiemozviazku mekhanizmv. *Visnyk DDMA*. 2015. № 1 (34). S. 234–240.
4. Polzikova H.V. Mekhanizmy rehionalnoho podatkovoho menedzhmentu v umovakh detsentralizatsii vlady v Ukraini. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. *Ekonomichna nauka*. № 22, 2016. S. 49–53.
5. Uliutin D. Dlia Ministerstva finansiv biudzhethna detsentralizatsiia ta finansova spromozhnist terytorialnykh hromad ye priorytetnym napriamom. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/denis-ulyutin-dlya-ministerstva-finansiv-byudzhethna-decentralizaciya-ta>

finansova-spromozhnist-teritorialnih-gromad-ye-prioritetnim-napryamom.

6. Adamov D. V. Detsentralizovanyi pryntsyyp podatkovoi systemy: stan ta perspektyvy rozvytku instytutu yedynoho podatku. *Aspekty publichnogo upravlinnia*. 2018. T. 6. № 4. S. 32–38.
7. Kraus, N.M. Instytutsionalnyi zriz dykhotomii starykh i novykh instytutiv rozvytku sfery finansiv v umovakh innovatyzatsii. *Finansy Ukrainy*. 2018. 4 (269). S. 115–126.
8. Kraus, K., Kraus, N., Shtepa, O. (2021). Teaching Guidelines For Digital Entrepreneurship. Cracow University of Economics, Kiev-Cracow. 71 p. URL: <https://ted.uek.krakow.pl/output-1-teaching-guidelines/>.
9. Kraus, N., Kraus, K., Osetsyki, V. (2020). New quality of financial institutions and business management. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 6, no. 1, pp. 59–66. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/766>.
10. Leonenko P.M., Kraus N.M. Finansove zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti v Ukraini za tekhnolohichnymy ukladamy. *Finansy Ukrainy*. 2016. 4 (245). S. 50–64.
11. Melnyk O.I. Perspektyvni napriamy finansovoho zabezpechennia rozvytku obiednanykh terytorialnykh hromad. *Efektivna ekonomika: elektronne naukove fakhove vydannia*. 2019. Vyp. 12. URL: [http://www.econo\\$my.nayka.com.ua/pdf/12_2019/161_pdf](http://www.econo$my.nayka.com.ua/pdf/12_2019/161_pdf)
12. Kraus, K., Kraus, N., Manzhura, O. (2021). Digitalization of Business Processes of Enterprises of the Ecosystem of Industry 4.0: Virtual-Real Aspect of Economic Growth. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, vol. 18, 2021, Art. #57, pp. 569-580. URL: [https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/b165107-021\(2021\).pdf](https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/b165107-021(2021).pdf).
13. Storonianska I.Z. Mizhrehionalni intehratsiini protsesy v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku : monohrafiia. Lviv : IRD NAN Ukrainy, 2019. 392 s.
14. Panchyshyn R.P. Osnovni perevahy obiednanoi terytorialnoi hromady yak formy orhanizatsii mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini. URL: [http://www.jurna\\$luljuridic.in.ua/archive/2018/3/part_1/6.pdf](http://www.jurna$luljuridic.in.ua/archive/2018/3/part_1/6.pdf)
15. Kraus N.M., Nikiforov P.O., Kraus K.M., Pochenchuk H.M. Finansovi instrumenty ekonomichnoho rozvytku : navchalno-metodychnyi posibnyk. K. : Ahrar Media Hrup. 2020. 210 s.
16. Shtan M.V. Podatkovi instrumenty rehuliuвання ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii. *Mizhnarodni vidnosyny. Seriia "Ekonomichni nauky"*. 2014. № 4. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/132
17. Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 21.05.1997 p. № 280/97 – VR. URL: <http://zakon3.ra#da.gov.ua/laws/show/280/97#%D0%B2%D1%80>
18. Biudzhety terytorialnykh hromad Ukrainy : opublikovana versiia informatsiino-analitychnoho dashboardu. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14281>.
19. Ofitsiinyi sait Ministerstva finansiv Ukrainy. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>.
20. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo podatkovoi reformy : zakon Ukrainy vid 28.12.2014 № 71 #VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71#19/>
21. Pro vnesennia zmin do Biudzhethnoho kodeksu Ukrainy shchodo reformy mizhbiudzhethnykh vidnosyn : zakon Ukrainy vid 28.12.2014 № 79 #VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79#19/paran2#n2>
22. Biudzhetni konsultatsii-2022: Vseukrainska Asotsiatsiia OTH predstavylapozytsiiu u Ministerstvi finansiv Ukrainy. URL: <https://hromady.org/byudzhetni-konsultaci%D1%97-2022-vseukra%D1%97nshk/>.
23. Finansuvannia dobrovolnykh formuvan terytorialnykh hromad – roziasnennia. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14725>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-17>

УДК 336.148.477

Лариса ІВАНЧЕНКОВА

Одеський національний технологічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-8402-4637>

Лариса СКЛЯР

Одеський національний технологічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-8332-8823>

Галина ТКАЧУК

Одеський національний технологічний університет
<https://orcid.org/0000-0001-6937-6223>

Тетяна ГНАТЬЄВА

Одеський державний аграрний університет
<https://orcid.org/0000-0001-6071-0889>

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УМОВАХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Метою статті є аналіз розвитку системи державного фінансового контролю в Україні шляхом дослідження теоретико-методологічних і організаційних засад її формування та функціонування. Держава не може ефективно функціонувати і розвиватися без чітко організованої системи контролю за виробництвом, розподілом і перерозподілом суспільного продукту та іншими сферами суспільного життя. Тому найважливішою в цьому відношенні є створена система державного фінансового контролю, яка має забезпечити рівновагу та збалансованість при функціонуванні суспільства.

Основне завдання системи державного контролю полягає у підвищенні ефективної діяльності органів державної влади щодо захисту інтересів держави та її громадян шляхом посилення відповідальності цих органів та їх посадових осіб за виконання покладених на них обов'язків. Процеси, що відбуваються у сфері державного фінансового контролю, різні за своєю природою і неоднозначні, а часом суперечливо впливають на формування його системи.

Встановлено, що важливим інструментом державного управління, що дає змогу досягти виконання зазначених завдань та зменшити кількість проблемних питань, пов'язаних з діяльністю державних структур, є державний фінансовий контроль, який має забезпечити належне (законне, економічне, ефективне, результативне та прозоре) управління державними фінансами, їх гармонізацію. Державний фінансовий контроль забезпечується органом державного фінансового контролю через проведення державного фінансового аудиту, інспектування, перевірки закупівель та моніторингу закупівлі.

Зазначено, що від ефективності державного фінансового контролю багато в чому залежить добробут народу, задля чого одна з найважливіших функцій державного управління повинна бути спрямована на виявлення відхилень від прийнятих стандартів законності, доцільності і ефективності управління фінансовими ресурсами та державною власністю, а також на своєчасне вжиття необхідних відповідних коригувань і запобіжних заходів. Систематичний і всеосяжний контроль сприяє забезпеченню наукової обґрунтованості рішень, положень та інших нормативних документів, своєчасної їх реалізації.

Ключові слова: державний фінансовий контроль, система органів державного фінансового контролю, контроль, державний фінансовий аудит, фінанси.

Larysa IVANCHENKOVA, Larysa SKLIAR, Halyna TKACHUK

Odesa National University of Technology

Tetiana HNATIEVA

Odessa State Agrarian University

TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF PUBLIC FINANCIAL CONTROL IN THE CONDITIONS OF MARKET TRANSFORMATIONS

The aim of the article is to analyze the development of the system of public financial control in Ukraine by studying the theoretical and methodological and organizational principles of its formation and operation. The state cannot function and develop effectively without a clearly organized system of control over the production, distribution and redistribution of social product and other spheres of public life. Therefore, the most important in this regard is the established system of public financial control, which should ensure balance and equilibrium in the functioning of society.

The main task of the system of state control is to increase the effective activities of public authorities to protect the interests of the state and its citizens by strengthening the responsibility of these bodies and their officials for the performance of their duties. The processes taking place in the field of public financial control are different in nature and ambiguous, and sometimes contradictory, affect the formation of its system.

It is established that an important tool of public administration, which allows to achieve these tasks and reduce the number of problematic issues related to the activities of government agencies, is public financial control, which should ensure proper (legal, economic, efficient, effective and transparent) management public finances, their harmonization. State financial control is provided by the state financial control body through public financial audit, inspection, procurement verification and procurement monitoring.

It is noted that the effectiveness of public financial control largely depends on the welfare of the people, for which one of the most important functions of public administration should be aimed at identifying deviations from accepted standards of legality, feasibility and efficiency of financial resources and public property and the timely taking of appropriate adjustments and precautions. Systematic and comprehensive control helps to ensure the scientific validity of decisions, regulations and other regulatory documents, their timely implementation.

Key words: state financial control, system of state financial control bodies, control, state financial audit, finance.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В умовах ринкових перетворень поступальний розвиток суспільства, зміни в системі управління державою і державна економічна і фінансова політика, що проводиться, поступово відчують складності в процесі розподільних і перерозподільних відносин. Задоволення інтересів всіх учасників ринкових відносин, окремих власників і конкретно держави відбувається внаслідок об'єктивного використання категоріальних інструментів - грошей, ціни, фінансів, кредиту та підключення при цьому ефективного механізму регулювання. Тільки концептуальний підхід до проблем грошових, фінансово-кредитних відносин на сучасному етапі, безперечно, дозволить мінімізувати негативні прояви у сфері бюджету, податків, кредиту при формуванні грошових фондів та їх використанні, при платежах і позиках, а також у процесі фінансування численних проектів та програм. У цьому, одним з дієвих інструментів, який є в розпорядженні держави та має силу впливу, виступає фінансовий контроль.

Управлінська діяльність ефективна лише тоді, коли виконання прийнятого рішення своєчасно контролюється з метою встановлення законності та ефективності заходів, що проводяться. Контроль сприяє дотриманню договірної та виконавчої дисципліни, вимагає від працівників високого професіоналізму та компетентності. Тому теми організації та методів державного фінансового контролю, результативності контролю та його дієвості залишаються одним із найважливіших завдань системи управління фінансовими ресурсами держави, від об'єктивного вирішення якої значною мірою залежить подальший розвиток економіки загалом.

Аналіз досліджень та публікацій

У науковій літературі питання формування теоретичних та практичних основ функціонування державного фінансового контролю та його складових досліджували О. Барановський, П. Буряк, Ф. Бутинець, Л. Васільєва, В. Загорський, В. Мельничук, В. Павлюк, В. Піхоцький, Є. Романів, В. Шевчук та інші. Водночас окремі питання, пов'язані з визначенням особливостей здійснення державного фінансового контролю в умовах ринкових перетворень, потребують подальшого дослідження та доопрацювання.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз розвитку системи державного фінансового контролю в Україні шляхом дослідження теоретико-методологічних і організаційних засад її формування та функціонування.

Виклад основного матеріалу

Державний фінансовий контроль в Україні покликаний забезпечити проведення в країні єдиної фінансової, кредитної та грошової політики з метою захисту фінансових інтересів.

Основні функції держави полягають у проведенні інституційних перетворень, розробленні законодавства, що відповідає вимогам ринкової економіки, забезпеченні умов для його обов'язкового виконання, сприяння у формуванні ринкових інститутів, розробленні та проведенні соціально-економічної політики, реалізації державної політики, спрямованої на ефективне управління державним майном і поліпшення стану державного бюджету. Держава повинна бути ініціатором, що регулює формування ринкового середовища, воно повинно забезпечувати динамічний розвиток і стійкість економічного зростання. Природно, що під час збереження основних принципів державного регулювання форми і методи впливу держави на економічні процеси значно модифікуються, змінюється зміст державної політики.

Основним критерієм визначення ефективності як кінцевого результату є сукупність об'єктивних наслідків фінансового контролю. Появі такого результату сприяє наявність знань про зміст діяльності контролюючого органу, про реакцію суб'єкта контролю на його дії, про зміни в управлінській діяльності, що відбуваються під впливом контролю [1].

Державний фінансовий контроль – це перевірка дотримання органами державної влади та органами місцевого самоврядування, юридичними та фізичними особами чинного фінансового законодавства, раціональності та ефективності використання державних фінансових та матеріальних ресурсів.

Державний фінансовий контроль включає контроль за виконанням державного бюджету та бюджетів державних позабюджетних фондів, організацією грошового обігу, використанням державних кредитних ресурсів, станом державного внутрішнього та зовнішнього боргу, державних резервів, наданням фінансових та податкових пільг, фінансовою ефективністю використання державної власності, переданої суб'єктам господарювання у тій чи іншій формі, зверненням державних фінансових коштів у кредитно-фінансових організаціях.

Наявність фінансового контролю об'єктивно зумовлена тим, що фінансам як економічній категорії притаманні не тільки розподільча, а й контрольна функції. Тому використання державою та адміністративно-територіальними утвореннями для вирішення своїх завдань фінансів обов'язково передбачає контроль за їх виконанням. Фінансовий контроль здійснюється в установленому законодавством порядку всією системою органів державної влади та місцевого самоврядування, в тому числі спеціальними контролюючими органами. Фінансовий контроль є однією із завершальних стадій управління фінансами і

водночас він є необхідною умовою ефективності управління фінансовими відносинами в цілому. Особливе місце фінансового контролю в загальній системі контролю як елемента в системі управління суспільними процесами зумовлюється його специфікою, що проявляється в контрольній функції самих фінансів. Об'єктивно властива фінансам здатність виражати специфічну сторону виробничо-господарської діяльності в будь-якій сфері робить фінансовий контроль всеохоплюючим і всеосяжним [2, с. 7].

Представлений у системі фінансів, як елемент надбудовно-регулюючого рівня, фінансовий контроль у взаємозв'язку з фінансовим правом та фінансовою політикою по суті націлений на виявлення порушень у сфері державних фінансів та фінансів господарюючих суб'єктів, які у розподільчому та перерозподільному процесах завжди первинні.

Державний фінансовий контроль в Україні згідно з чинним законодавством здійснюють у міру необхідності та в межах своєї компетенції різноманітні органи державного управління та підвідомчі їм організації, а саме: Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України, Рахункова палата, місцеві державні адміністрації та виконавчі органи відповідних рад, Національний банк України, Міністерство фінансів України, Державна аудиторська служба України, Державна казначейська служба України тощо.

Органи державного фінансового контролю відповідно до своєї компетенції проводять ревізії (комплексні перевірки), перевірки, обстеження та експертизи.

У цілому функції органів державного фінансового контролю полягають у забезпеченні раціонального застосування державою (Кабінетом Міністрів, міністерствами, іншими органами влади) методів регулювання економічних процесів, які в умовах існування різних форм і видів власності, вільного підприємництва, економічної самостійності виробників, ринку, ринкових відносин у системі всієї економіки є, порівняно з адміністративними і правовими, найбільш виправданими, динамічними й ефективними.

Звідси випливає, що фінансовий контроль є важливим елементом управлінської діяльності, організаційного керівництва, однією з форм втілення у життя прийнятих державними органами рішень. Основним змістом фінансового контролю є наступні пріоритетні напрями: перевірка виконання фінансових зобов'язань перед державою органами місцевого самоврядування, організаціями, підприємствами, установами, громадянами; перевірка правильності використання державними, муніципальними підприємствами, установами, організаціями коштів, які перебувають у їхньому господарському віданні або оперативному управлінні; перевірка дотримання правил здійснення фінансових операцій, розрахунків і зберігання коштів юридичними особами; виявлення внутрішніх резервів, підвищення рентабельності виробництва й ефективного використання коштів; ліквідація і попередження порушень фінансової дисципліни [3].

Державний фінансовий контроль здійснюється у формі попереднього, поточного та подальшого контролю. Попередній контроль здійснюється на стадії складання, розгляду та затвердження проектів формування та використання державних коштів. Попередній контроль має превентивний характер і спрямований на недопущення можливості незаконного, нераціонального чи неефективного використання державних фінансових та матеріальних ресурсів.

Поточний контроль здійснюється на стадії здійснення господарських та фінансових операцій з формування та використання державних коштів органами державної влади, юридичними та фізичними особами на основі даних первинних документів, оперативного бухгалтерського обліку, інвентаризацій та візуального спостереження.

Подальший контроль здійснюється за підсумками здійснення господарських операцій з державними коштами органами державної влади, юридичними та фізичними особами. За результатами заходів подальшого контролю складаються акти, що мають юридичну чинність.

На основі проаналізованих сучасних українських джерел із проблематики контролю у сфері управління фінансами можна дійти висновку, що поняття «контроль» трансформується й набуває нового змісту. Це дуже важливо, оскільки визнання країни з ринковою економікою вимагає прогресивного підходу в управлінні господарським процесом як усієї економічної системи, так і окремих суб'єктів господарювання. Контроль як один з важливих елементів управління повинен допомагати керівникам усіх рівнів як при підготовці управлінського рішення, його прийнятті, так і при реалізації цього рішення. Контроль має стати важливим інструментарієм в ухваленні найбільш раціональних, ефективних та об'єктивних управлінських рішень.

Аналіз свідчить, що в Україні процес трансформації розуміння та застосування поняття «контроль» відбувається досить повільно. На це є кілька причин. По-перше, це вплив історичної спадщини радянських часів. По-друге, практична відсутність достатніх теоретико-методологічних розробок і напрацювань у цій сфері. По-третє, небажання керівників державного рівня змінювати стиль і систему управління. Усі ці фактори уповільнюють розвиток системи контролю в Україні [4].

Одна з основних функцій державного управління - створення та підтримання ефективної фінансової системи та, відповідно, адекватної системи фінансового контролю. Фінансовий контроль є складовою чи спеціальною галуззю здійснюваного країною контролю. Наявність фінансового контролю об'єктивно зумовлено тим, що фінансам як економічній категорії притаманні не лише розподільна, а й контрольна

функції. Тому використання державою фінансів на вирішення своїх завдань обов'язково передбачає проведення з допомогою контролю над ходом виконання цих завдань.

Вітчизняна система державного фінансового контролю розглядається, як трирівнева модель, у якій найвищим рівнем контролю є централізований зовнішній контроль від імені Уряду та Парламенту. З метою забезпечення проходження такого контролю на другому рівні діють децентралізовані підрозділи внутрішнього аудиту, які оцінюють та підтримують ефективність діючої системи внутрішнього контролю, яка і є останнім рівнем, на якому базується система державного фінансового контролю. Отже, фактично останні два щабля цієї моделі, базуючись на відповідальності та підзвітності керівника організації будь-якого рівня, і являють собою систему державного внутрішнього фінансового контролю європейського зразка, прийняту в Україні як основу реформування. Окремо слід зазначити, що така адаптація вітчизняної системи державного внутрішнього фінансового контролю до правил країн Європейського союзу (ЄС) є не лише по-суті єдиним шляхом до забезпечення належного рівня фінансової дисципліни в державі, але і передумовою вступу України до ЄС, що впливає з вимог Плану дій Україна – ЄС [5].

Для втілення всіх переваг проведення державного фінансового контролю необхідні його систематичне проведення, періодичність термінів, а також перевірка своєчасності, повноти створення, безпеки, ефективності, цільового витрачання фінансових державних ресурсів. У разі ринкових відносин зберігаються причини існування державного фінансового контролю. Жодна держава не може від неї відмовитись, оскільки такий контроль є однією з необхідних умов існування держави незалежно від того, які економічні відносини в ньому панують.

Виділимо основні завдання фінансового контролю в системі державного управління (рис. 1) [6].

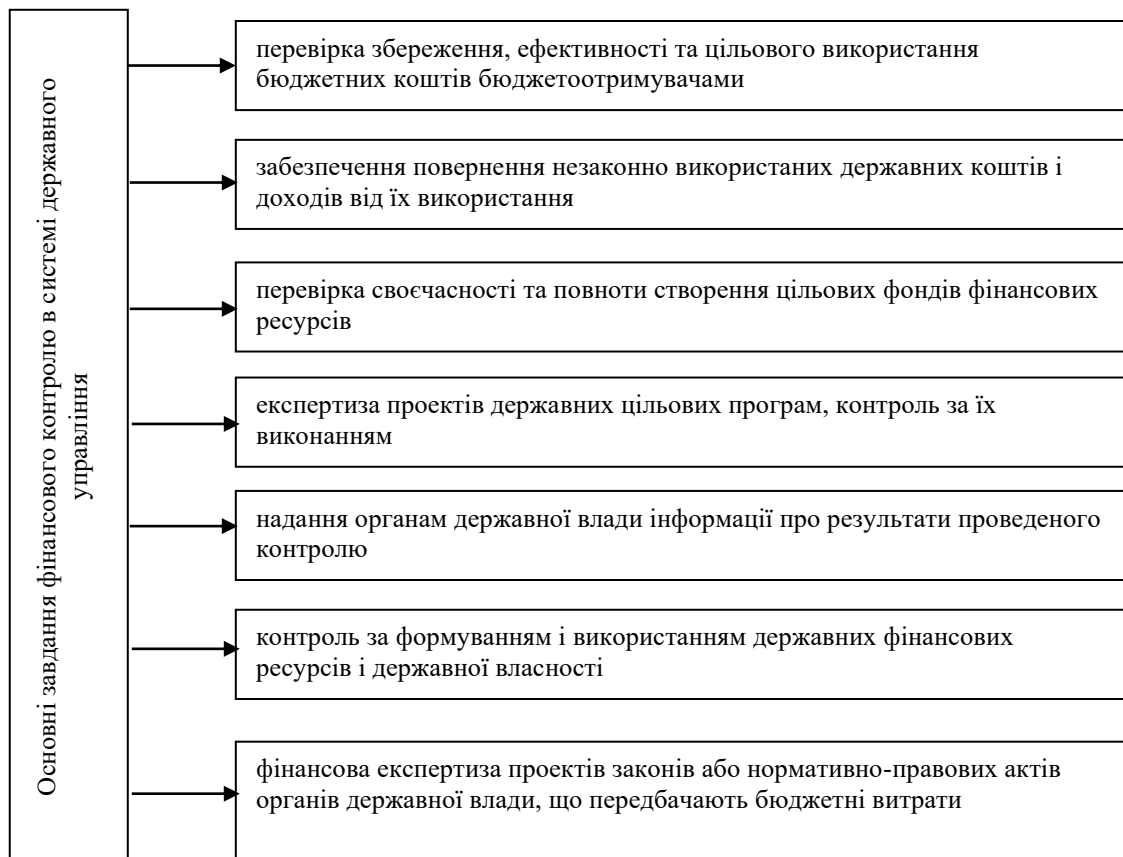


Рис. 1. Основні завдання фінансового контролю в системі державного управління

Дослідження економічних передумов існування державного фінансового контролю дають підстави стверджувати, що в процесі розвитку ринкової економіки обсяги, сфера застосування, роль державного фінансового контролю не зменшуються, оскільки не зменшується його економічна база, тобто державні фінансові ресурси та грошові фонди (бюджетні та позабюджетні), які мають використовуватися на користь суспільства.

Відповідно до Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 роки та плану заходів з її реалізації у частині щодо зовнішнього фінансового контролю, визначено посилення ролі та ефективності роботи Рахункової Палати, як дієвого незалежного контролю за ефективністю використання державних коштів, а саме [7]:

– стратегічний план розвитку Рахункової Палати України для реалізації розширеного мандату;

- підвищення ефективності аудиту відповідно до міжнародних стандартів;
- посилення моніторингу виконання рекомендацій за результатами аудиту;
- покращення співпраці та координації між Рахунковою Палатою України та Верховною Радою.

Основним завданням системи внутрішнього фінансового контролю визначено посилення управлінської підзвітності на всіх рівнях державного сектору, а саме:

- посилення ефективності внутрішнього аудиту;
- впровадження внутрішнього контролю узгоджено з реформою держуправління.

Перед державним фінансовим контролем поставлені наступні завдання:

- проведення спеціалізованих аудитів (ІТ, державні закупівлі)
- підвищення ефективності фінансового інспектування.

Метою даної стратегії є сучасна та ефективна системи управління державними фінансами, що має чіткі цілі розвитку та ключові показники ефективності, а також розподіл бюджетних ресурсів згідно пріоритетів розвитку у середньостроковій перспективі. Основними завданнями стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 рр. є впровадження стратегічного планування і середньострокового бюджетного планування та дієвої системи планування і оцінювання виконання державного бюджету за результатами.

На даний час у ринкових умовах, в яких розвивається Україна, фінансові аспекти діяльності держави певною мірою ускладнюються, оскільки частка суб'єктів господарювання збільшується, розширюється інфраструктура банківських та інших фінансово-кредитних установ, що залучаються для обслуговування державних ресурсів. Ринкові відносини змінюють принципи фінансування та кредитування, процедури платіжних розрахунків, механізми розподілу доходів, склад і структуру фінансової системи, а також взаємодію між її елементами. У зв'язку з цим об'єктивно з'являються нові функції ДФК. Внаслідок чого ДФК дедалі більше повинно застосовувати сучасні форми діяльності. Це й спостереження, аналіз, зіставлення, моніторинг, аудиторська діяльність.

Незважаючи на демократичні перетворення у державі ДФК у практичній площині переважно застосовується як засіб силового впливу на суб'єкти господарювання та суспільні відносини, тобто використовується здебільшого «регулююча» і «каральна» його функції. Раніше певною мірою це слугувало стримуючим фактором щодо недопущення порушень у фінансовій сфері, але у ринкових умовах розвитку економіки силові методи не мають відповідного впливу на господарюючі суб'єкти. Застарілий підхід – «контроль заради контролю» – на цьому етапі розвитку лише створює умови виникнення кризових явищ у різних сферах економіки.

У сучасних умовах основною метою державного фінансового контролю є підвищення ефективності управління державними фінансовими ресурсами. Демократичне оновлення сутності державного фінансового контролю полягає в тому, що першочерговим при здійсненні контролю є завдання попередження та профілактика фінансових порушень, сприяння у досягненні раціональності та економічності при використанні державних фінансових ресурсів. Застарілі підходи при здійсненні державного фінансового контролю повинні поступитися місцем контролю якості та ефективності, із «спрямовуючою» та «відновлюючою» функціями [8].

Власні методичні прийоми державного фінансового контролю є специфічні прийоми контролю, вироблені практикою. Формуються ці прийоми залежно від цільової функції контролю. Наприклад, методичні прийоми фінансового контролю базуються на методиках бухгалтерського обліку, статистики, економічного аналізу та інших економічних наук. Водночас методичні прийоми фінансового контролю застосовуються у дослідженнях інших економічних наук (управління, планування, фінансування, кредитування тощо).

Таким чином, враховуючи загальний характер фінансового контролю, його зростаючу роль умовах формування ринку як найважливішої функції фінансів, можна говорити про особливу роль фінансового контролю та, насамперед, державного фінансового контролю кожному етапі здійснення фінансової діяльності.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Фінансовий контроль держави забезпечує необхідний економіки зворотний зв'язок, систематичну звірку планів і фактичних результатів, що є необхідним фундаментом прийняття вірних управлінських рішень. Державний контроль багато в чому допомагає уникнути помилок, які обходяться у фінансово-економічній сфері. Більше того, добре поставлена система державного фінансового контролю сприяє й досягненню принципів соціальної справедливості, без чого не можна сформувати довіру людей до центральної та регіональної влади.

Для вирішення проблеми ефективного управління фінансовими потоками, забезпечення координації діяльності контрольних органів насамперед необхідно методологічно обґрунтувати і на цій основі законодавчо закріпити розподіл контрольних повноважень та функцій зовнішнього (здійснюється Рахунковою палатою) та внутрішнього (здійснюється урядовими контрольними органами) державного фінансового контролю. Ці два види контролю зобов'язані створити у своїй сукупності єдину систему, що

функціонує за затвердженими правилами, принципами, процедурами здійснення заходів аудиту державних фінансів. Тому надзвичайно важливо юридично чітко визначити повноваження незалежного найвищого органу фінансового контролю країни, який має здійснювати як контрольні функції, так і функції забезпечення координації та взаємодії з іншими контрольними органами. Незалежний державний фінансовий контроль як цілісна система може стати серйозною протипагою фінансової корупції, фінансового бюрократизму, фінансового криміналу. Правомірне, раціональне та ефективне використання державних коштів є важливою передумовою правильного управління державними фінансами та дієвості прийнятих відповідними організаціями рішень.

Література

1. Васильєва Л. М. Поняття ефективності методів державного фінансового контролю. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/50911/1/10.pdf>
2. Розвиток державного фінансового контролю в Україні. За заг. ред. Є.М. Романіва. Львів : Простір-М, 2015. 174 с.
3. Пивоваров К. В. Шляхи удосконалення системи фінансового контролю в державному управлінні України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=966>
4. Барабаш Н.С., Никонович М.О. Удосконалення системи державного фінансового контролю. *Фінансовий контроль*. 2005. № 3. С. 44–47.
5. Труш І. Є. Державний фінансовий контроль в умовах економічних трансформацій. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Випуск 14. С. 141–144.
6. Васильєва Л. М., Дацій Н. В., Залізничук В. П. Сутність та основні завдання фінансового контролю в системі державного управління. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2020. № 1 (24). С. 14–17.
7. Стратегія реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 роки та плану заходів з її реалізації. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-reformuvannya-sistemi-upravlinnya-derzhavnimi-finansami-na-20222025-roki-ta-planu-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi-i291221-1805>
8. Висоцький І. А., Крук В. В. Система державного фінансового контролю та його дефініція. *Вісник КЕФ КНЕУ імені В. Гетьмана*. 2011. № 2. С. 18–23.

References

1. Vasilieva, L. M. Ponyattya efektyvnosti metodiv derzhavnoho finansovoho kontrolyu. [The concept of effectiveness of methods of public financial control]. Available at: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/50911/1/10.pdf>
2. *Rozvytok derzhavnoho finansovoho kontrolyu v Ukraini*. [Development of public financial control in Ukraine]. (2015). In Romaniv, E.M. (ed.). Prostir – M. Lviv.
3. Pivovarov, K.V. (2016). Shlyakhy udoskonalennya systemy finansovoho kontrolyu v derzhavnomu upravlinni Ukrainy. [Ways to improve the system of financial control in public administration of Ukraine]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*. [Public administration: improvement and development]. (electronic journal), no. 4. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=966>
4. Barabash, N.S. and Nikonovich, M.O. (2005). «Improving the system of public financial control». *Finansovyy kontrol'*. no. 3. pp. 44–47.
5. Trush, I.E. (2017). «State financial control in the conditions of economic transformations». *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*. Issue 14. pp. 141–144.
6. Vasilieva, L.M. and Datsiy, N.V., Zalizniuk, V.P. (2020). «The essence and main tasks of financial control in the system of public administration». *Publichne upravlinnya ta mytne administruvannya*. no. 1 (24). pp. 14–17.
7. Strategy for reforming the public finance management system for 2022–2025 and an action plan for its implementation. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-reformuvannya-sistemi-upravlinnya-derzhavnimi-finansami-na-20222025-roki-ta-planu-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi-i291221-1805>
8. Vysotsky, I.A. and Kruk, V.V. (2011). «The system of public financial control and its definition». *Visnyk KEF KNEU imeni V. Het'mana*. no. 2. pp. 18–23.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-18>

УДК [330.15:622]:351

Богдан ЯЦИКОВСЬКИЙ

ВНЗ «Національна академія управління»

<https://orcid.org/0000-0003-2966-3257>

ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГІРНИЧОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ

У статті визначено засадничі теоретичні положення щодо необхідності, міри та способів регулювання економіки, еколого-економічного, сталого та інноваційно-технологічного розвитку. Обґрунтовано завдання державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі. Запропоновано розглядати як комплекс заходів держави у вугільній, нафтогазовій, металургійній, електроенергетичній промисловості та комунальному господарстві, що спрямовані на ефективне використання природно-ресурсного потенціалу, базованого на добуванні з надр корисних копалин, а також їх розвідки, розробки, первинної переробки, використання і збуту, внаслідок чого відбуваються прогресивні зміни виробничо-послугового і структурного характеру в економіці країни та її регіонів. Метою державного регулювання є ефективне використання природно-ресурсного потенціалу. Охарактеризовано комплекс заходів державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі за напрямками планування, регулювання, регламентування, нагляду і контролю. Особливу увагу звернено на інструменти регулювання, а саме дозвільні з відповідним адміністративним супроводом, податкові, інвестиційні. У рамках визначення особливостей регламентування розвитку галузі акцентовано увагу на його взаємозв'язку з програмними документами загальнодержавного і регіонального рівнів.

Ключові слова: національна економіка, гірничодобувна галузь, економічний розвиток, державне регулювання, сталий розвиток.

Bogdan YATSYKOVSKYY

Higher Education Institution «National Academy of Management»

FEATURES OF THE CONCEPT STATE REGULATION OF NATIONAL DEVELOPMENT MINING INDUSTRY

The organization and maintenance of sustainable socio-economic progress of the country are closely connected not only with the rational use of the country's natural resources, but also with the implementation of effective state policy on the protection and reproduction of natural biogeocenoses. The construction and implementation of such a policy must meet both the tactical and long-term prospects of economic and social development of the state. The strategic importance of the mining industry for society requires regulation to ensure sustainable development and should be regulated at the state level, but to be specific to regional specifics while taking into account national interests.

The article identifies the basic theoretical provisions on the need, extent and methods of regulating the economy, environmental and economic, sustainable and innovation and technological development. The task of state regulation of economic development of the mining industry is substantiated. It is proposed to consider as a set of state measures in the coal, oil and gas, metallurgy, electricity and utilities, aimed at efficient use of natural resource potential based on mining, as well as their exploration, development, primary processing, use and marketing, as a result of which there are progressive changes of production and service and structural nature in the economy of the country and its regions. The purpose of state regulation is the efficient use of natural resource potential based on the extraction of minerals from the subsoil, as well as their exploration, development, primary processing, use and marketing. A set of measures of state regulation of economic development of the mining industry in the areas of planning, regulation, regulation, supervision and control is described. Particular attention is paid to regulatory tools, namely permits with appropriate administrative support, tax, investment. In determining the specifics of regulating the development of the industry, attention is focused on its relationship with the policy documents of the national and regional levels.

Key words: national economy, mining industry, economic development, state regulation, sustainable development.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Організація та забезпечення сталого соціально-господарського поступу країни тісно пов'язані не тільки з раціональним використанням природних ресурсів країни, але й проведенням ефективної державної політики щодо охорони і відтворення природних біогеоценозів. Побудова та здійснення такої політики має відповідати як тактичним, так і довгостроковим перспективам господарського та соціального розвитку держави. Стратегічне значення гірничодобувної галузі для суспільства вимагає регулювання з забезпеченням сталого розвитку та має регламентуватись на рівні держави, однак специфікуватись до регіональних особливостей з одночасним урахуванням загальнонаціональних інтересів.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідження розвиває напрацювання інших авторів з даної проблематики, серед яких Р. Біловус [1], І. Жуков [2], І. Козьяков [3], О. Леонова [4], Н. Люта [5], Л. Маланчук [6], Шкварчук Л. О. [7] та ін.

Формулювання цілей статті

Метою даного дослідження є визначення основних засад та необхідних заходів з боку держави щодо регулювання гірничодобувної галузі в контексті національних особливостей і політики сталого та інноваційно-технологічного розвитку.

Виклад основного матеріалу

Визначення концептуальних засад державного регулювання в будь-якій сфері економіки є актуальним дослідницьким завданням. Його ігнорування породжує безліч проблем, пов'язаних з відсутністю системного і стратегічно орієнтованого підходу до організації відносин та використання ресурсних можливостей за визначеним напрямком. Державне регулювання – це форма державної діяльності, що виражається у встановленні державою правил поведінки (діяльності) учасників суспільних відносин; саме держава як апарат політичної влади здійснює через свої органи правотворчу, правозастосовну та правоохоронну діяльність [8, с. 86]. За своєю сутністю державне регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі передбачає ряд заходів держави у різних галузях національної економіки (вугільній, нафтогазовій, металургійній, електроенергетичній тощо) з метою ефективного використання природно-ресурсного потенціалу, базованого на добуванні з надр корисних копалин, а також їх розвідки, розробки, первинної переробки, використання і збуту (рис. 1).

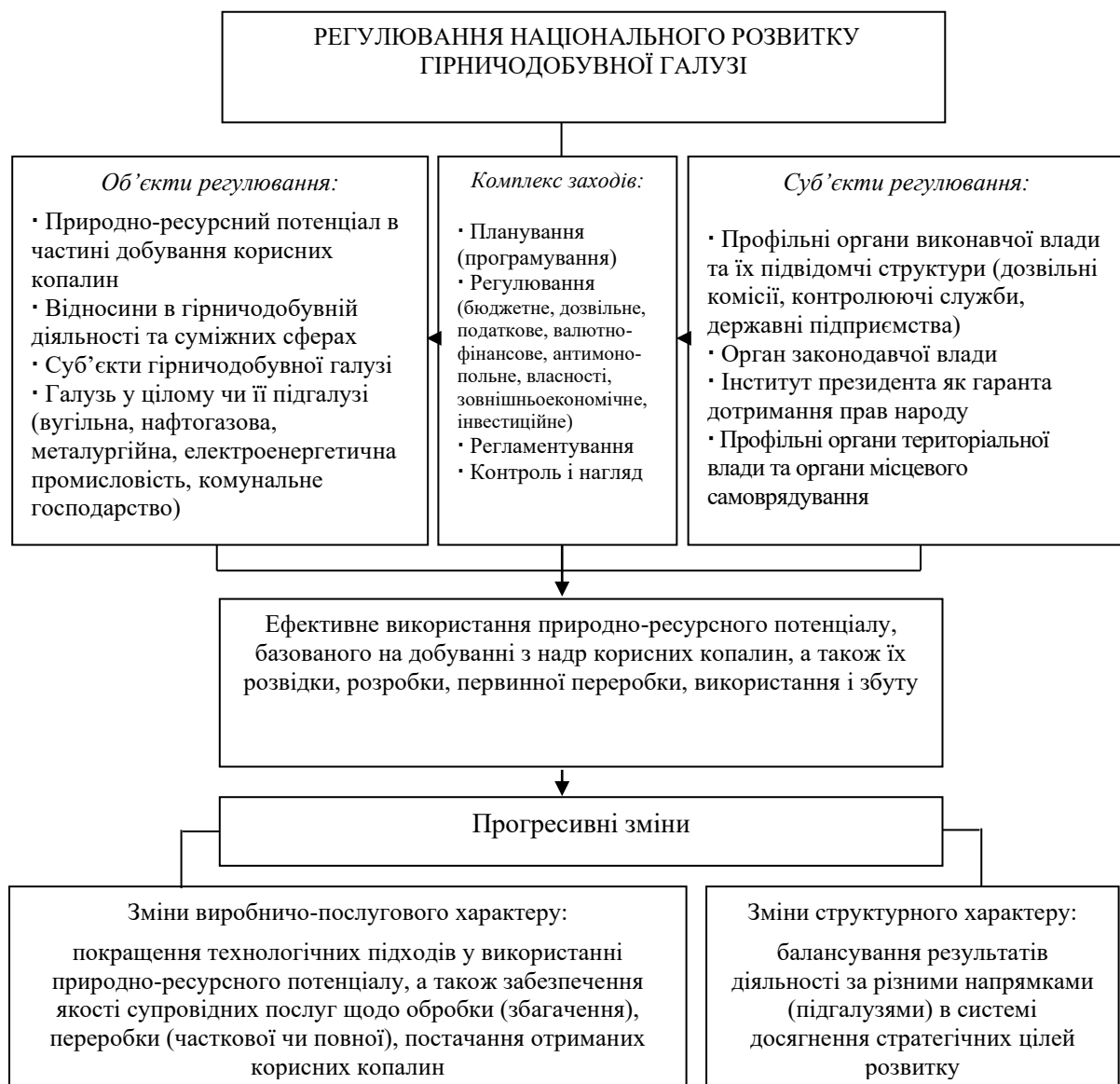


Рис. 1. Основні засади регулювання національним розвитком гірничодобувної галузі

Джерело: авторська розробка

З визначення державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі випливає, що його метою є ефективне використання природно-ресурсного потенціалу, базованого на добуванні з надр корисних копалин, а також їх розвідки, розробки, первинної переробки, використання і збуту. Ефективність

використання потенціалу відображає співвіднесення обсягів добування корисних копалин з урахуванням можливостей їх відновлення відносно ступеня задоволення потреб населення і бізнесу в мінеральній сировині з обов'язковим врахуванням екологічних аспектів та природоохоронних безпекових пріоритетів. Серед об'єктів державного регулювання досліджуваної сфери можна виокремити: природно-ресурсний потенціал, базований на добуванні з надр корисних копалин; відносини у сфері гірничодобувної діяльності та в суміжних сферах, що виникають унаслідок розвідки, розробки, добування, первинної переробки, використання і збуту корисних копалин; суб'єкти гірничодобувної галузі (гірничі підприємства та їх посередники); гірничодобувна галузь у цілому чи конкретні її підгалузі (вугільна, нафтогазова, металургійна, електроенергетична промисловість, комунальне господарство). Натомість суб'єкти державного регулювання формують відповідне інституційне середовище.

Деякі автори звертають увагу на те, що припинення видобутку корисних копалин на власних територіях пов'язано не стільки через намагання зберегти ресурси для прийдешніх поколінь, а через надзвичайно жорсткі вимоги екологічного законодавства [5, с. 4]. Країни, які мають розвинуте бізнес-середовище, теж часто свідомо відмовляються від активного добування корисних копалин. Таким чином, незважаючи на поточний рівень розвитку країни, зокрема перебування економіки на стадії певного технологічного укладу, кінцевою ціллю державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі є долання сировинної залежності економіки (рис. 2).

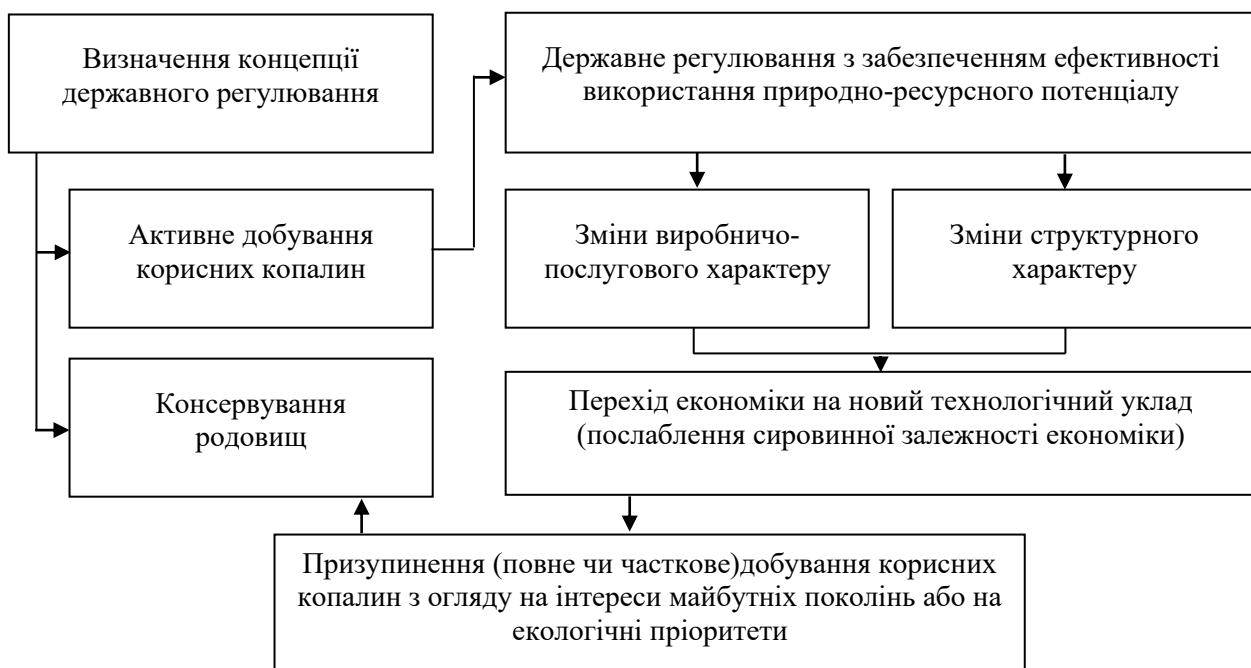


Рис. 2. Концептуальні засади регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі

Джерело: авторська розробка

В основу розуміння державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі закладено розуміння того, що серед основних завдань регулюючих впливів є конкретизовані питання розвідки, розробки, добування, первинної переробки, використання і збуту мінерально-сировинних ресурсів [6, с. 402]. Ці завдання формують окремий напрям реалізації національної економічної політики у гірничодобувній галузі з метою забезпечення стабільності та сталого розвитку національної промисловості, зростання добробуту людей та соціально-економічних чинників у державі [9, с. 3]. Разом з тим, завдання державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі специфікують загальні завдання регулюючих впливів [8, с. 86-87].

Серед системи заходів державного регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі особливу роль відіграють ті, які забезпечують регламентування. Заходи регламентування охоплюють чинне законодавство (кодекси, закони, укази, постанови і т.д.), а також специфічні нормативи, як от правила (наприклад щодо розробки родовищ), реєстри (наприклад, державний кадастр родовищ і проявів корисних копалин [10]), переліки (наприклад, перелік корисних копалин загальнодержавного значення [11]), фонди (наприклад, Державний фонд родовищ корисних копалин України [12]). Заходи регламентування в сукупності формують законодавство надкористування. Часто його ще ототожнюють з екологічним законодавством з огляду на вагомість цілей сталого розвитку. У загальному нормативно-правові акти в сфері надкористування стосуються правового регулювання користування надрами (корисними копалинами) в спеціальному порядку та визначають компетенцію державних органів, виходячи з спеціального порядку надання в користування надр [1, с. 12]. У міжнародній практиці сучасне

законодавство про гірниче добування, сприяючи розвідці, розробці та виробництву мінеральних ресурсів, допомагає забезпечити переваги видобутку корисних копалин, мінімізуючи при цьому шкоду навколишньому середовищу та враховуючи посилення конкуренції за використання земель [13].

Поза регламентуванням в комплексі заходів регулювання економічним розвитком гірничодобувної галузі окремо виділено планування (програмування), хоча такі заходи мають між собою тісний взаємозв'язок. Мова йде про концепції, стратегії, програми, плани з їх реалізації загальнодержавного, регіонального і місцевого рівнів. Для прикладу, в Україні діє Загальнодержавна програма розвитку мінерально-сировинної бази до 2030 року, Нова енергетична стратегія до 2035 року: безпека, енергоефективність, конкуренто-спроможність та інші нормативи [14; 15]. Крім заходів планування законодавчого виміру поширеними є плани практичного характеру. Для прикладу, це можуть бути плани розвитку гірничих робіт, плани розробки родовищ (квартальні, річні) та інші документи.

Специфікою регулювання економічним розвитком галузі є вагомість контролю і нагляду, зокрема щодо дотримання положень договорів та угод, підписаних на основі дозвільних документів (ліцензій). У контексті проблематики дослідження широко використовується термін «гірничий нагляд». Він створений, у першу чергу, для забезпечення промислової безпеки гірничих підприємств, хоча тісно взаємодіє з іншими функціями нагляду щодо гірничого, фінансового, земельного законодавства [16, с. 64]. За енциклопедичним визначенням гірничий нагляд – нагляд за веденням робіт, пов'язаних з геологічним вивченням, використанням та охороною надр, використанням і переробкою мінеральної сировини; у практичній сфері – це технічний нагляд на гірничих підприємствах і геологорозвідувальних партіях, який є державним контролем за правильною організацією надрокористування, належною експлуатацією родовищ корисних копалин, безпечним веденням гірничих робіт та заходами з охорони надр [17, с. 592; 3, с. 130].

Разом з тим, з огляду на регулюючі цілі, зокрема забезпечення економічного розвитку галузі, особливо гнучкими мають бути заходи бюджетного, дозвільного, податкового, валютно-фінансового, зовнішньоекономічного, інвестиційного, антимонопольного регулювання. Від ефективності їх застосування залежить конкурентність ринкового середовища в сфері надрокористування, активність взаємодії бізнесу і держави з приводу використання природно-ресурсного потенціалу з балансуванням комерційних і суспільних інтересів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Для забезпечення сталого розвитку національної економіки та гірничодобувної галузі, особливо гнучкими мають бути державні заходи регулювання, особливо гнучкими мають бути заходи бюджетного, дозвільного, податкового, валютно-фінансового, зовнішньоекономічного, інвестиційного, антимонопольного регулювання

Крім того, концепт регулювання розвитком гірничодобувної галузі має базуватися на наукових засадах, вивченні та розкритті особливостей відновлення і поліпшення стану навколишнього природного середовища, в якому людина повинна займати свій ареал існування для того, щоб об'єднати людські зусилля і спрямувати їх на забезпечення гармонійного розвитку суспільних і природних систем.

У наступних працях буде досліджено досвід різних країн в інновації економіки з переходом до вищих технологічних укладів. В той же час, з огляду на те, що регулювання розвитком гірничодобувної галузі є складним процесом, потребується більш детальний розгляд національного нормативно-правового регулювання розвитком гірничодобувної галузі з метою інноваційно-технологічного досягнення та становлення галузі як конкурентоспроможної ланки в структурі національної економіки, а її продукції на зовнішніх ринках.

Література

1. Біловус Р. В. Особливості правового регулювання державного контролю і нагляду за загальним користуванням надрами в Україні / Р. В. Біловус // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Юридичні науки. – 2016. – Вип. 2(2). – С. 11–15.
2. Жуков І. М. Міжнародно-правові аспекти регулювання відносин з розробки родовищ нафти і газу / І. М. Жуков // Актуальні проблеми сучасного міжнародного права : зб. наук. ст. за матеріалами І Харк. міжнар.-прав. читань, Харків, 27 листоп. 2015 р. : у 2 ч. – Харків, 2015. – Ч. 1. – С. 203–214.
3. Козьяков І. М. Державний гірничий нагляд: результати реформування / І.М. Козьяков // Право і суспільство. – 2013. – № 2. – С. 128–134.
4. Леонова О. В. Набуття і припинення права на використання надр: правове регулювання та проблеми практики / О. В. Леонова // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Право. – 2011. – № 1. – С. 123–129.
5. Люта Н. Г. Перспективи української геології – дерегуляція чи сталий розвиток? / Н. Г. Люта, Г. Г. Лютий // Мінеральні ресурси України. – 2015. – № 2. – С. 3–6.
6. Маланчук Л. О. Особливості формування державної політики щодо регулювання відносин у сфері надрокористування / Л. О. Маланчук // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. – 2014. – Вип. 1. – С. 401–408.
7. Шкварчук Л. О. Формування доктрини державного регулювання економіки під впливом

економічних криз / Л. О. Шкварчук. // Демократичне врядування. – 2012. – Вип. 9. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2012_9_30

8. Макаренко О. Ю. Специфіка державного регулювання відносин користування надрами: органи загальної, спеціальної компетенції / О. Ю. Макаренко // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. – 2014. – № 1. – С. 85–94.

9. Жикаляк М. В. Виснаження ефективних запасів корисних копалин – загроза національній безпеці України / М. В. Жикаляк // Мінеральні ресурси України. – 2016. – № 3. – С. 3–7.

10. Державний кадастр родовищ і проявів корисних копалин : ДНВП «Геоінформ України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://geoinf.kiev.ua/derzhavnyy-oblik-rodovyshch-ta-zapasiv-korysnykh-kopalyn/derzhavnyy-kadastr-rodovyshch-i-proyaviv-korysnykh-kopalyn/>

11. Перелік корисних копалин загальнодержавного значення : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.1994 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/npas/20058044>.

12. Про Державний фонд родовищ корисних копалин України : Постанова Кабінету Міністрів України від 02.03.1993 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/150-93-%D0%BF>.

13. Long K. R. Economics of mining law / Keith R. Long // Nonrenewable Resources. – 1995. – Vol. 4. – P. 74–83.

14. Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку мінерально-сировинної бази України на період до 2030 року : Закон України від 21.04.2011 № 3268-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3268-17>

15. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» : Закон України від 18.08.2017 № 605-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>

16. Булгаков І. М. Гірничий нагляд в урядовому механізмі на теренах України в XIX – поч. XX ст. / І. М. Булгаков // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 1. – С. 58–66.

17. Юридична енциклопедія : в 6 т. Т. 1: А–Г / Редкол. : Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) та ін. – К., 1998.

References

1. Bilovus R. V. Osoblyvosti pravovoho rehulivannia derzhavnoho kontroliu i nahliadu za zahalnym korystuvanniam nadramy v Ukraini / R. V. Bilovus // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seria : Yurydychni nauky. – 2016. – Vyp. 2(2). – S. 11–15.

2. Zhukov I. M. Mizhnarodno-pravovi aspekty rehulivannia vidnosyn z rozrobky rodovyshch nafty i hazu / I. M. Zhukov // Aktualni problemy suchasnoho mizhnarodnoho prava : zb. nauk. st. za materialamy I Khark. mizhnar.-prav. chytna, Kharkiv, 27 lystop. 2015 r. : u 2 ch. – Kharkiv, 2015. – Ch. 1. – S. 203–214.

3. Koziakov I. M. Derzhavnyi himychny nahliad: rezultaty reformuvannia / I. M. Koziakov // Pravo i suspilstvo. – 2013. – № 2. – S. 128–134.

4. Leonova O. V. Nabuttia i pryvnyennia prava na vykorystannia nadr: pravove rehulivannia ta problemy praktyky / O. V. Leonova // Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy. Ser. : Pravo. – 2011. – № 1. – S. 123–129.

5. Liuta N. H. Perspektyvy ukrainskoi heolohii – derehuliatii chy stalyy rozvytok? / N. H. Liuta, H. H. Liutyi // Mineralni resursy Ukrainy. – 2015. – № 2. – S. 3–6.

6. Malanchuk L. O. Osoblyvosti formuvannia derzhavnoi polityky shchodo rehulivannia vidnosyn u sferi nadrokorystuvannia / L. O. Malanchuk // Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia. Seria : Upravlinnia. – 2014. – Vyp. 1. – S. 401–408.

7. Shkvarchuk L. O. Formuvannia doktryny derzhavnoho rehulivannia ekonomiky pid vplyvom ekonomichnykh kryz / L. O. Shkvarchuk. // Demokratychnе vriaduvannia. – 2012. – Vyp. 9. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2012_9_30

8. Makarenko O. Yu. Spetsyfika derzhavnoho rehulivannia vidnosyn korystuvannia nadramy: orhany zahalnoi, spetsialnoi kompetensii / O. Yu. Makarenko // Naukovyi visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. – 2014. – № 1. – S. 85–94.

9. Zhykaliak M. V. Vysnazhennia efektyvnykh zapasiv korysnykh kopalyn – zahroza natsionalnii bezpetsi Ukrainy / M. V. Zhykaliak // Mineralni resursy Ukrainy. – 2016. – № 3. – S. 3–7.

10. Derzhavnyi kadastr rodovyshch i proiaviv korysnykh kopalyn : DNVP «Heoinform Ukrainy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://geoinf.kiev.ua/derzhavnyy-oblik-rodovyshch-ta-zapasiv-korysnykh-kopalyn/derzhavnyy-kadastr-rodovyshch-i-proyaviv-korysnykh-kopalyn/>

11. Perelik korysnykh kopalyn zahalnoderzhavnoho znachennia : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12.12.1994 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.kmu.gov.ua/npas/20058044>.

12. Pro Derzhavnyi fond rodovyshch korysnykh kopalyn Ukrainy : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 02.03.1993 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/150-93-%D0%BF>.

13. Long K. R. Economics of mining law / Keith R. Long // Nonrenewable Resources. – 1995. – Vol. 4. – RR. 74–83.

14. Pro zatverdzhennia Zahalnoderzhavnoi prohramy rozvytku mineralno-syrovynnoi bazy Ukrainy na period do 2030 roku : Zakon Ukrainy vid 21.04.2011 № 3268-VI [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3268-17>

15. Pro skhvalennia Enerhetychnoi stratehii Ukrainy na period do 2035 roku «Bezpeka, enerhoefektyvnist, konkurentospromozhnist» : Zakon Ukrainy vid 18.08.2017 № 605-r [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>

16. Bulhakov I. M. Himychny nahliad v uriadovomu mekhanizmi na terenakh Ukrainy v KhKh – poch. KhKh st. / I. M. Bulhakov // Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia. – 2014. – Vyp. 1. – S. 58–66.

17. Yurydychna entsyklopediia: V 6 t. T. 1 / Redkol. : Yu. S. Shemshuchenko (vidp. red.) ta in. – K., 1998.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-19>

УДК 657.6

Олександр ШЕРСТЮК

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

<https://orcid.org/0000-0002-9866-511X>

e-mail: osherstiuk@gmail.com

АУДИТОРСЬКІ ПРОЦЕДУРИ ОЦІНЮВАННЯ ТВЕРДЖЕНЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЩОДО НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

У статті охарактеризовані аспекти оцінювання тверджень управлінського персоналу стосовно інформації фінансової звітності про нематеріальні активи та операції з ними. Встановлено, що під час аудиту дані звітних форм досліджуються як сукупність тверджень, які характеризують залишки на облікових рахунках на звітну дату, зміст та результати господарських операцій з нематеріальними активами протягом звітного періоду, а також подання даних у формах фінансової звітності. З метою отримання та оцінювання аудиторських доказів стосовно відповідних даних пропонується застосування таких аудиторських процедур, як інспектування, спостереження, запит і підтвердження, повторне обчислення, повторне виконання та аналітичні процедури. Результати проведеного дослідження сприятимуть удосконаленню методики аудиту нематеріальних активів економічних суб'єктів.

Ключові слова: аудит; аудиторські процедури; нематеріальні активи; твердження управлінського персоналу; аудиторські докази.

Oleksandr SHERSTIUK

National Scientific Centre «Institute of Agrarian Economy»

AUDIT PROCEDURES FOR EVALUATION OF MANAGEMENT STAFF'S STATEMENTS ON INTANGIBLE ASSETS

The article describes the aspects of evaluating the statements of management regarding the information of intangible assets and transactions with them in the financial statements. As a result of study, it is substantiated that the feature of intangible assets in the context of their accounting and auditing is the lack of tangible form. This circumstance determines the content of the procedures to be used for the intangible assets audit.

It is established that during the audit the data of reporting forms are examined as a set of statements that characterize the balances on the accounts at the reporting date, the content and results of business transactions with intangible assets during the reporting period, as well as data in financial reporting forms. Account balances are characterized by statements of management regarding the existence of intangible assets, ownership of rights to them, completeness of reflection and evaluation of relevant objects. Intangible assets transactions are disclosed through the statements of origin, completeness, accuracy of valuation and correspondence of accounts and closing of the period. The basis for the presentation of information about intangible assets in the financial statements are the statements of classification, presentation and disclosure.

In order to obtain and evaluate audit evidence on relevant data, it is proposed to use audit procedures such as inspection, observation, request and confirmation, recalculation, re-execution and analytical procedures. However, each statement can be verified by applying more than one procedure. This will help increase the level of reliability of audit evidence and the validity of assurance in the audit results.

The results of the study will help to improve the audit methodology of intangible assets of economic entities.

Keywords: audit; audit procedures; intangible assets; statements of management staff; audit evidence.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Формування інформації фінансової звітності суб'єктів економічної діяльності передбачає низку заходів, пов'язаних з визнанням окремих видів активів, джерел їх створення, а також доходів і витрат, що виникли внаслідок здійснення господарських операцій. Відповідна інформація передбачає висвітлення таких характеристик, як визнання, механізми оцінювання та вимірювання, способи розкриття та подання зацікавленим особам тощо.

Зазначені та інші характеристики формалізуються у фінансовій звітності як сукупність тверджень управлінського персоналу, який є відповідальним за ведення облікових процедур та підготовку певним чином скомпільованої та узагальненої інформації, яка ґрунтується на дотриманні вимог застосовної концептуальної основи. При цьому, твердження управлінського персоналу стосуються як фінансової звітності в цілому, так й її окремих елементів.

Ускладнення договірних відносин, широке розповсюдження сучасних інформаційних технологій у діяльності економічних суб'єктів, поширення нових джерел отримання ними доходів (зокрема – пасивних) призвело до поширення нематеріальної складової у ресурсах підприємств. Наслідком цього стало визнання в цілях бухгалтерського обліку та формування фінансових звітів особливого виду активів – нематеріальних. При цьому, різноманітні концептуальні основи дають можливість суб'єктам господарювання наділяти такі активи ознаками, які можуть бути властивими як іншим видам активів (контрольованість внаслідок минулих подій, вартісна характеристика, можливість створення в майбутньому економічного зиску), так і виключно активам зазначеної групи (відсутність матеріальної форми, особливості виникнення та ідентифікації тощо).

Зважаючи на це, а також на багатоваріантність застосування різними суб'єктами можливостей врахування вимог стандартів ведення бухгалтерського обліку та підготовки фінансової звітності при підготовці інформації щодо нематеріальних активів, існує ймовірність різного тлумачення зацікавленими особами відповідної інформації. Зокрема, на думку Л.В. Безкоровайної, «використання єдиного підходу до оцінювання всіх нематеріальних активів є неможливим, оскільки, по-перше, існують значні відмінності між окремими видами нематеріальних активів; по-друге, відсутні однакові обсяги інформації за різними видами нематеріальних активів, на основі яких може бути здійснене оцінювання; по-третє, окремі види нематеріальних активів здатні змінювати свою вартість з часом, тобто їх вартість не залежить від витрат, здійснених на їх створення» [1, с. 111–112].

Зазначене може спричинити неадекватність рішень, які будуть прийняті в майбутньому на основі зазначеної інформації і, як наслідок, можуть виникнути негативні тенденції у фінансово-господарській діяльності економічного суб'єкта. Тому, існує потреба в незалежному професійному оцінюванні тверджень управлінського персоналу, які є основою інформації фінансової звітності. Таке оцінювання може бути здійснене суб'єктами аудиторської діяльності.

Отже, існує потреба в розробці та науковому обґрунтуванні теоретичних і праксеологічних підходів до вирішення завдань аудиту в контексті забезпечення адекватного оцінювання інформації щодо нематеріальних активів, викладеної у фінансовій звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У наукових публікаціях вітчизняних та закордонних науковців і практикуючих фахівців розкриваються різноманітні аспекти ідентифікації нематеріальних активів, визначення їх ролі у фінансово-господарській діяльності економічних суб'єктів, виконання процедур їх обліку та відображення у фінансовій звітності, а також проведення аудиту та аналізу.

Зокрема, проблеми ідентифікації нематеріальних активів та особливостей управління ними характеризують Л. В. Безкоровайна [1], Ю. М. Грибовська, Л. О. Ходаковська, Ж. А. Кононенко [2], А. В. Гусь [3], О. В. Зінченко, Л. М. Коров'яковська [4], С. В. Лабунська, М. В. Собакар [5], О. В. Мельник [6] та інші дослідники. Натомість, аспекти бухгалтерського обліку нематеріальних активів та операцій з ними визначені у роботах С. Датти (S. Datta), А. Джи (A. Jha), М. Кульчанії (M. Kulchania) [7], В. М. Диби [8], П. О. Куцика, І. М. Дрогобицького, З. П. Плиси, Х. І. Скоп [9], С. Ф. Легенчука, В. Р. Очередька [10], Н. В. Овсяк, М. О. Лесько [11], І. В. Федорової [12], В. В. Ясишеної [13] та інших авторів.

Особливості теоретичного та практичного забезпечення аудиту операцій з нематеріальними досліджували та оприлюднювали М. І. Ахмед (M. I. Ahmed), А. Че-Ахмад (A. Che-Ahmad) [14], Б. Бадерчер (B. Badertscher), Б. Йоргенсен (B. Jorgensen), Б. С. Кац (B. S. Katz), У. О. Кінні, (W. O. Kinney) [15], В. Гамова [16], Л. Л. Гевлич, Л. О. Мошура [17], М. А. Джавад (M. A. Jawad) [18], О. О. Дядюн [19], М. Етредж (M. Ettredge), Е. Е. Фьорхен (E. E. Fuerherm), К. Лі (C. Li) [20], О. В. Кожушко [21], А. І. Орехова, Л. В. Гольченко [22], А. А. Прабгава (A. A. Prabhawa), М. Насі (M. Nasih) [23], Л. О. Тарасенко [24], Г. Вішванатан (G. Visvanathan) [25] та інші вітчизняні й зарубіжні науковці та практикуючі фахівці.

Зокрема, П. О. Довгань, зазначає, що «нематеріальні активи — це немонетарні активи, які не мають матеріальної форми, сутність яких полягає у володінні правами на об'єкти інтелектуальної власності, а також інші інтелектуальні права, визнані в порядку, встановленому відповідним законодавством, об'єктом права власності особи, можуть бути ідентифіковані (ототожені) й утримуються підприємством з метою використання протягом періоду, який більший за рік (або один операційний цикл, якщо він більший за рік) для виробництва, торгівлі та в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам» [26, с. 75].

Вважаємо обґрунтованою точку зору Ю. М. Грибовської, Л. О. Ходаковської та Ж. А. Кононенко, які вважають, що «у сучасних умовах ведення бізнесу управління нематеріальними активами є доволі складним процесом, оскільки виникає необхідність їх структурувати за видами, джерелами утворення та розробити стратегії удосконалення використання даних активів» [2, с. 56].

При цьому, заслуговує на увагу думка Л. В. Безкоровайної, яка зазначає, що «ідентифікація нематеріального активу полягає в чіткому розумінні його відмінностей від інших об'єктів, якщо підприємство може його продати, обміняти або розподілити конкретні майбутні вигоди від нього» [1, с. 109].

В контексті проведеного дослідження, І. В. Федорова [12] розкриває особливості нарахування амортизації нематеріальних активів в контексті застосовної підприємством облікової політики. Запропоновані автором результати проведеного дослідження, серед іншого, дають можливість удосконалення оцінювання відповідних об'єктів станом на конкретну дату [12, с. 103], що безпосередньо впливає на показники звіту про фінансово-майновий стан та звіту про прибутки і збитки. Водночас, у зазначеній публікації не охарактеризовані аудиторські процедури, які мають бути застосовані з метою оцінювання адекватності процедур відображення відповідних показників в інтересах стейкхолдерів.

Варто також відзначити, що наразі потребують конкретизації теоретичні та методичні аспекти вибору та застосування аудиторських процедур. Як зазначають Л. Л. Гевлич та Л. О. Мошура, «на сьогодні методика аудиторської перевірки нематеріальних активів в основному зводиться до перевірки

документальної складової: засвідчення наявності таких активів за первинними документами; перевірки реальності та відображення операцій щодо надходження, руху та вибуття нематеріальних активів за обліковими регістрами; оцінки якості представлення інформації про них у фінансовій звітності» [17, с. 891].

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Відзначаючи вагомий внесок авторів наведених та інших публікацій у теоретичне обґрунтування механізмів вирішення проблем аудиту нематеріальних активів, вважаємо за доцільне відзначити відсутність у проаналізованих роботах праксеологічного взаємозв'язку аспектів відображення відповідних даних у фінансовій звітності та процедурного забезпечення контрольних заходів. Тому, метою статті визначається ідентифікація тверджень управлінського персоналу економічних суб'єктів стосовно нематеріальних активів та формалізація процедурного забезпечення їх оцінювання.

Виклад основного матеріалу

Інформація фінансової звітності стосовно нематеріальних активів представлена у форматі сукупності тверджень управлінського персоналу, на основі яких її користувач має можливість сформулювати власне розуміння і тлумачення відповідних видів активів, операцій, на основі яких вони були створені або отримані, а також – характеристик, які можуть бути використані з метою формалізації та обґрунтування подальших рішень.

В контексті зазначеного, варто звернути увагу на те, що Чинна редакція Міжнародних стандартів контролю якості, аудиту, оглядів, інших завдань з надання впевненості та супутніх послуг містить перелік основних тверджень, які можуть бути використані аудитором під час виконання контрольних заходів. Зокрема, ці твердження стосуються фінансово-господарських операцій та їх результатів, залишків на рахунках бухгалтерського обліку, а також розкриття та подання інформації користувачам фінансової звітності.

Зміст тверджень управлінського персоналу, що стосуються відображення у фінансовій звітності нематеріальних активів та операцій з ними, узагальнені у табл. 1.

Таблиця 1

Твердження управлінського персоналу стосовно нематеріальних активів та операцій з ними*

Твердження управлінського персоналу	Зміст
<i>Твердження щодо залишків на рахунках на кінець періоду</i>	
Існування	Нематеріальні активи, відображені у фінансовій звітності на звітну дату, фактично існують
Права та зобов'язання	Суб'єкт господарювання має або контролює права на нематеріальні активи
Повнота	Всі нематеріальні активи, які мають бути відображені у фінансовій звітності, були зареєстровані в системі бухгалтерського обліку
Оцінка	Нематеріальні активи включені до фінансової звітності у відповідних сумах
<i>Твердження щодо класів операцій з нематеріальними активами</i>	
Наявність	Операції з нематеріальними активами, які були зареєстровані або розкриті, дійсно мали місце і стосуються суб'єкта господарювання
Повнота	Всі операції з нематеріальними активами, які повинні бути відображені у фінансовій звітності, були зареєстровані в системі бухгалтерського обліку
Точність	Суми та інші дані, пов'язані з операціями з нематеріальними активами, були записані правильно
Закриття періоду	Операції з нематеріальними активами були зареєстровані у правильному обліковому періоді
<i>Твердження щодо розкриття інформації</i>	
Класифікація	Нематеріальні активи відображені на відповідних рахунках та класифіковані відповідно до застосовної концептуальної основи
Подання	Нематеріальні активи відповідно до узагальнені або деталізовані та чітко викладені
Розкриття	Розкриття інформації про нематеріальні активи є релевантними та зрозумілими в контексті вимог застосовної концептуальної основи фінансового звітування

* Джерело: розробка автора на основі [27]

Викладені твердження, на нашу думку, є інформаційною основою системи звітування економічних суб'єктів стосовно нематеріальних активів. При цьому, вони можуть бути застосовані не лише у фінансових звітах, а й у підготовці управлінської інформації, даних фіскального характеру, елементів реалізації статистичного механізму управління фінансово-господарською діяльністю тощо. Це дає підстави для визнання можливості реалізації на їх основі інтересів та інформаційних потреб різних груп стейкхолдерів. Водночас, саме застосування окреслених тверджень може сприяти вирішенню завдань фінансового контролю не лише у формі аудиту, але й при виконанні відповідних заходів суб'єктами державного та внутрішньогосподарського впливу.

Чинна редакція Міжнародних стандартів контролю якості, аудиту, оглядів, інших завдань з надання впевненості та супутніх послуг [27] передбачає виконання низки процедур отримання та оцінювання аудиторських доказів стосовно тверджень управлінського персоналу. Серед таких процедур найбільш

поширеними є інспектування, спостереження, зовнішнє підтвердження, повторне обчислення, повторне виконання, аналітичні процедури та запит.

Інспектування означає вивчення записів або документів, внутрішніх чи зовнішніх, у паперовій, електронній або іншій формі [27]. В контексті дослідження та аудиторського оцінювання нематеріальних активів суб'єктів економічної діяльності,

Аспекти документального забезпечення операцій економічного суб'єкта з нематеріальними активами розкриває В. В. Ясишена, на думку якої «документ має бути неускладнений для сприйняття зайвими реквізитами і одночасно містити необхідні дані для повного відображення господарської операції, що має на меті забезпечити отримання якісної інформації про реальний стан об'єктів обліку» [13, с. 59]. В цілому погоджуючись з викладеним твердженням, вважаємо за доцільне відзначити, що змістовна характеристика документів в контексті забезпечення системи бухгалтерського обліку та звітності, зокрема, стосовно нематеріальних активів, має забезпечити основу для ідентифікації нематеріальних активів. Це пояснюється відсутністю в них фізичної форми, що, певним чином, ускладнює аспекти їх визначення в якості ресурсу, який може забезпечити надходження економічного зиску для суб'єкта фінансово-господарської діяльності.

Зважаючи на це, сам факт існування об'єктів нематеріальних активів може бути підтверджений на основі записів у документах, які містять характеристики обставин того, що відбулися події, внаслідок яких існує певний ресурс, який має здатність генерувати економічний зиск, а також – власні оціночні параметри. Тому, інспектування документів, насамперед, має забезпечити аудитора можливістю оцінити адекватність таких категорій тверджень управлінського персоналу, як «існування активів» та «настання операцій» з ними.

Водночас, інспектування документів сприятиме визначенню правильності оцінювання як самих нематеріальних активів, так і операцій та подій, які стали причинами їх виникнення. При цьому, у відповідних документах можуть міститися дані про оціночні характеристики як на конкретну дату, так і їх зміни протягом звітного періоду (зокрема в контексті зміни корисності конкретного об'єкта, його способу використання, амортизації тощо). В контексті зазначеного, інспектування документів дасть можливість аудиторам підтвердити наявність прав економічного суб'єкта на різні об'єкти нематеріальних активів, ще передбачене відповідним твердженням управлінського персоналу, а також їх класифікацію для належного відображення у звітних формах.

Спостереження являє собою нагляд за процесом або процедурою, які виконують інші особи, наприклад спостереження аудитора за процесом інвентаризації, що здійснює персонал суб'єкта господарювання, або за виконанням заходів контролю [27]. Особливості змістовних характеристик нематеріальних активів та їх облікова прив'язка до документального оформлення відповідних господарських операцій обумовлюють важливість для досягнення цілей аудиту саме процедури спостереження. При цьому, спостереження має здійснюватися стосовно заходів, які виконуються обліковою службою, під час створення первинних документів, в яких формуються дані стосовно нематеріальних активів, відповідних даних в облікових реєстрах та у фінансовій звітності. Тому, процедури спостереження також будуть чинниками оцінювання в контексті аудиту оцінювання окремих об'єктів та точності вимірювання операцій з ними, а також їх відображення на відповідних рахунках у визначений звітний період.

Особливу увагу, на наше переконання, необхідно приділяти також дослідженню стану дотримання відповідальними особами економічного суб'єкта юридичних вимог стосовно визнання нематеріальних активів та їх використання у господарській діяльності. Результатом цього може стати можливість підтвердження чи спростування під час аудиту аспектів, пов'язаних з правами суб'єкта фінансово-господарської діяльності на нематеріальні активи.

Іншим видом аудиторських процедур, що можуть застосовуватися для оцінювання тверджень управлінського персоналу стосовно нематеріальних активів є подання запитів та отримання на їх основі зовнішніх підтверджень.

Запит являє собою пошук фінансової та нефінансової інформації від обізнаних осіб як у самого суб'єкта господарювання, так і за його межами. Запит широко використовується протягом усього аудиту на додаток до інших аудиторських процедур [27]. Зовнішнє підтвердження у відповідь на запит являє собою аудиторські докази, отримані аудитором у вигляді прямої письмової відповіді від третьої сторони (підтверджуюча сторона) у паперовій, електронній або іншій формі [27]. В контексті дослідження під час аудиту зазначені процедури можуть бути використані з метою отримання інформації стосовно повноти відображення у фінансовій звітності інформації про вартість нематеріальних активів станом на звітну дату та операцій з ними протягом відповідного періоду. При цьому, адресатами запитів можуть бути такі обізнані особи, як працівники облікової служби, юристи, суб'єкти оціночної діяльності тощо. Зміст відповідних запитів визначатиметься суттєвістю даних щодо відповідного розкриття інформації про нематеріальні активи, а також функціональним навантаженням відповідальних осіб.

З метою визначення правильності оцінювання нематеріальних активів та точності вимірювання операцій з ними має бути застосовано процедуру повторного обчислення. Вона являє собою перевірку

математичної правильності документів чи записів [27]. Зокрема, шляхом повторного обчислення може бути визначено правильність врахування витрат, пов'язаних зі створенням нематеріальних активів, зміни їх облікової вартості на звітну дату, величини нарахованої амортизації, а також точність накопичення та перенесення вартісних показників між первинними документами, обліковими реєстрами та формами фінансової звітності.

Варто також відзначити, що під час аудиту операцій з нематеріальними активами для оцінювання адекватності тверджень управлінського персоналу має бути визначено не лише зміст показників, але й дотримання процедур їх формування. В контексті зазначеного, необхідно дослідити весь алгоритм підготовки інформації, починаючи від реєстрації в обліковій системі, закінчуючи поданням зацікавленим особам. На наше переконання, для вирішення відповідних завдань може бути застосоване повторне виконання, а саме – незалежне виконання аудитором процедур або заходів контролю, які вже виконувались як частина заходів внутрішнього контролю суб'єкта господарювання [27]. На основі аудиторських доказів, отриманих за допомогою зазначеної процедури, можуть бути оцінені такі твердження, як повнота відображення нематеріальних активів та операцій з ними, правильність закриття періоду, класифікація, розкриття та подання інформації про нематеріальні активи у звітних формах.

Аналітичні процедури являють собою оцінку фінансової інформації через аналіз правдоподібних взаємозв'язків між фінансовими та нефінансовими даними. Аналітичні процедури також включають усі необхідні дослідження ідентифікованих коливань чи взаємозв'язків, що суперечать іншій доречній інформації або значно відрізняються від очікуваних показників [27].

Особливості застосування аналітичних процедур в цілях аудиту нематеріальних активів охарактеризовані Л. О. Тарасенко [24]. В контексті проведеного дослідження автором запропонований підхід щодо оцінювання ефективності використання нематеріальних активів на основі моделі Дюпона [24, с. 203—204]. Проте, на наше переконання, застосування аналітичних процедур під час аудиту нематеріальних активів має бути спрямоване на отримання аудиторських доказів, насамперед, стосовно тверджень управлінського персоналу, наведених у табл. 1. Натомість, оцінювання ефективності їх використання стосується виконання завдань, пов'язаних з дослідженням ефективності управлінських рішень в контексті досягнення цілей суб'єкта підприємництва.

Зважаючи на це, використання аналітичних процедур має бути спрямоване, насамперед, на отримання доказів стосовно тверджень управлінського персоналу. Зокрема, це може передбачати встановлення зв'язку між фактом набуття прав на користування нематеріальним активом та ідентифікацією операцій, що обумовили виникнення таких прав, з відповідними витратами. Іншим прикладом може бути визначення правильності врахування очікуваних економічних вигід на етапі ідентифікації відповідних об'єктів.

Узагальнена інформація стосовно можливостей застосування тверджень управлінського персоналу для аудиторського оцінювання правильності відображення нематеріальних активів та операцій з ними у фінансовій звітності наведена у табл. 2.

Таблиця 2

Застосування аудиторських процедур щодо тверджень управлінського персоналу стосовно нематеріальних активів*

Твердження	Інспектування	Спостереження	Запит і підтвердження	Повторне обчислення	Повторне виконання	Аналітичні процедури
Твердження щодо залишків на рахунках						
Існування	X	X				X
Права та зобов'язання	X	X				X
Повнота			X		X	
Оцінка		X		X		
Твердження щодо класів операцій						
Наявність	X	X				X
Повнота			X		X	
Точність		X		X		
Закриття періоду		X			X	
Твердження щодо розкриття інформації						
Класифікація	X				X	
Подання					X	X
Розкриття					X	X

* Джерело: розробка автора на основі [27]

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, найбільш розповсюджені аудиторські процедури можуть бути застосовані для оцінювання кожного з управлінських тверджень стосовно відображення нематеріальних активів у бухгалтерському обліку та у фінансовій звітності. При цьому, результати проведеного дослідження дають

підстави констатувати, що кожне з тверджень може бути підтверджене чи спростоване на основі доказів, отриманих шляхом застосування більше, ніж однієї процедури. Це забезпечить їх більший рівень достовірності та обґрунтованості, що сприятиме вирішенню методичних проблем аудиту нематеріальних активів та операцій з ними.

Водночас, подальшого дослідження, на наше переконання, потребують проблеми, пов'язані з визначенням оптимальних співвідношень у застосованих процедурах з урахуванням витрат необхідних для їх виконання ресурсів, а також – доцільності з точки зору отримання достатньої кількості відповідних аудиторських доказів.

Література

1. Безкоровайна Л. В. Проблема ідентифікації та оцінки нематеріальних активів. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2019. Т. 24. Вип. 1(74). С. 109–113.
2. Грибовська Ю. М., Ходаківська Л. О., Кононенко Ж. А. Управління нематеріальними активами — складова інформаційного забезпечення менеджменту. Економіка та держава. 2021. № 5. С. 54–61. DOI: 10.32702/2306_6806.2021.5.54. (06/05/2022).
3. Гусь А. В. Нематеріальні активи: господарсько-правовий аспект : монографія. Ужгород : ПП «АУТДОР - ШАРК». 2015. 248 с.
4. Зінченко О. В., Коров'яковська Л. М. Економічна сутність та класифікація нематеріальних активів: вітчизняний і зарубіжний досвід. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 6(17). С. 674–684.
5. Лабунська С. В., Собакар М. В. ЗВО як платформа для розроблення інноваційного продукту: на прикладі удосконалення методичних підходів до управління витратами інноваційної діяльності підприємства. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 3(69). С. 145–152. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-24>. (06/05/2022)
6. Мельник О. В. Природа нематеріальних активів та їх роль у діяльності підприємств. Стратегія економічного розвитку України. 2007. Вип. 20–21. С. 186–192.
7. Datta, S., Jha, A., Kulchania, M. (2019). On accounting's twenty-first century challenge: Evidence on the relation between intangible assets and audit fees. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, pp. 1–40. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11156-019-00839-y>. (06/05/2022).
8. Діба В.М. Облік та аналіз нематеріальних активів в умовах інституційних змін: теорія і методологія : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09 ; КНЕУ. Київ, 2017. 443 с.
9. Куцик П. О., Дрогобицький І. М., Плиса З. П., Скоп Х. І. Облікова концепція управління вартістю нематеріальних активів підприємство : монографія. Львів : Растр-7. 2016. 268 с.
10. Легенчук С. Ф., Очерedyкo В. Л. Внутрішньо створені нематеріальні активи: особливості визнання та напрями удосконалення бухгалтерського обліку. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2020. Вип. 2(46). С. 24–31. DOI: [http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2020-2\(46\)-24-31](http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2020-2(46)-24-31). (06/05/2022).
11. Овсюк Н. В., Лесько М. О. Облік нематеріальних активів згідно національних та міжнародних стандартів: шляхи вдосконалення. Економіка та суспільство. 2021. № 31. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-31>. (06/05/2022).
12. Федорова І. В. Амортизація нематеріальних активів в контексті облікової політики: актуальна проблематика. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 20. Ч. 3. С. 101–105.
13. Ясишена В. В. Проблеми документування обліку нематеріальних активів. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю та аналізу. 2021. Вип. 1 (48). С. 58–64. DOI: [http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2021-1\(48\)-58-64](http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2021-1(48)-58-64). (06/05/2022).
14. Ahmed, M. I., Che-Ahmad, A. (2016). Effects of corporate governance characteristics on audit report lags. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7S). DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2016.08.114>. (06/05/2022).
15. Badertscher, B., Jorgensen, B., Katz, S., Kinney, W. (2014). Public equity and audit pricing in the United States. *Journal of Accounting Research*, Vol. 52(2), pp. 303–339. DOI: <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12041>. (06/05/2022).
16. Гамова О. В., Козачок І. А., Палюткіна Н. В. Розробка програми аудиту нематеріальних активів на ПАТ «Запорізький залізорудний комбінат». Економіка та держава. 2019. № 2. С.100–104. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.2.100. (06/05/2022).
17. Гевлич Л. Л., Мошура Л. О. Методика аудиту нематеріальних активів: вітчизняна та зарубіжна практика. Економіка та суспільства. 2018. Вип. №16. С. 888–893.
18. Jawad, M.A. (2019). The extent to which auditors can audit intangible assets in accordance with the objectives of the economic units (a proposed model for the adoption of the international standard of auditing 300 planning and 500 evidence in the iraqi environment). *Transylvanian Review*, August 2019, Volume XXVII, No. 42, pp. 180–192.

19. Дядюн О. О. Планування та етапи аудиту нематеріальних активів підприємства. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. № 2(119). С. 79–85. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-2-14>. (06/05/2022).
20. Ettredge, M., Fuerherm, E. E., Li, C. (2014). Fee pressure and audit quality. *Accounting, Organizations and Society*, Vol, 39(4), pp. 247–263.
21. Кожушко О. В., Лядова Ю. О. Вдосконалення методики проведення аудиту нематеріальних активів. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2021. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.71. (07/05/2022).
22. Орехова А. І., Гольченко Л. В. Організація та методика аудиту необоротних активів. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 48. С. 271–275. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct48-50>. (06/05/2022)
23. Prabhawa, A. A., Nasih, M. (2021). Intangible assets, risk management committee, and audit fee. *Cogent Economics & Finance*, 9:1, 1956140. DOI:10.1080/23322039.2021.1956140. (06/05/2022).
24. Тарасенко Л. О. Особливості аудиту нематеріальних активів: аналітичні процедури та інспектування. Економічний аналіз : зб. наук. праць. 2017. Т. 27. № 2. С. 201–208.
25. Visvanathan, G. (2017). Intangible assets on the balance sheet and audit fees. *International Journal of Disclosure and Governance*, August 2017, Volume 14, Issue 3, pp. 241–250. DOI: 10.1057/s41310-017-0023-x. (06/05/2022).
26. Довгань П. О. Основи класифікації необоротних активів та підходи до їх удосконалення. Агросвіт. 2021. № 11. С. 73–81. DOI: 10.32702/2306&6792.2021.11.73. (06/05/2022).
27. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. 2020 Edition. Available at: <https://www.iaasb.org/publications/2020-handbook-international-quality-control-auditing-review-other-assurance-and-related-services>. (06/05/2022).

References

1. Bezkorovaina L. V. Problema identyfikatsii ta otsinky nematerialnykh aktiviv. *Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova*. 2019. T. 24. Vyp. 1(74). S. 109–113.
2. Hrybovska Yu. M., Khodakivska L. O., Kononenko Zh. A. Upravlinnia nematerialnymy aktyvamy — skladova informatsiinoho zabezpechennia menezhzhmentu. *Ekonomika ta derzhava*. 2021. № 5. S. 54–61. DOI: 10.32702/2306_6806.2021.5.54. (06/05/2022).
3. Hus A. V. Nematerialni aktyvy: hospodarsko-pra-vovyi aspekt : monohrafiia. Uzhhorod : PP «AUDTOR - ShARK». 2015. 248 s.
4. Zinchenko O. V., Koroviakovska L. M. Ekonomichna sutnist ta klasyfikatsiia nematerialnykh aktyviv: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid. *Skhidna Yevropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnia*. 2018. Vyp. 6(17). S. 674–684.
5. Labunska S. V., Sobakar M. V. ZVO yak platforma dlia rozroblennia innovatsiinoho produktu: na prykladi udoskonalennia metodychnykh pidkhodiv do upravlinnia vytratamy innovatsiinoi diialnosti pidpriemstva. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*. 2020. № 3(69). S. 145–152. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-24>. (06/05/2022)
6. Melnyk O. V. Pryroda nematerialnykh aktiviv ta yikh rol u diialnosti pidpriemstv. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*. 2007. Vyp. 20–21. S. 186–192.
7. Datta, S., Jha, A., Kulchania, M. (2019). On accountings twenty-first century challenge: Evidence on the relation between intangible assets and audit fees. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, pp. 1–40. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11156-019-00839-y>. (06/05/2022).
8. Dyba V.M. Oblik ta analiz nematerialnykh aktiviv v umovakh instytutsiinykh zmin: teoriia i metodolohiia : dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.09 ; KNEU. Kyiv, 2017. 443 s.
9. Kutsyk P. O., Drohobyskyi I. M., Plysa Z. P., Skop Kh. I. Oblikova kontsepsiia upravlinnia vartistiu nematerialnykh aktiviv pidpriemstvo : monohrafiia. Lviv : Rastr-7. 2016. 268 s.
10. Lehenchuk S. F., Ocheredko V. L. Vnutrishno stvoreni nematerialni aktyvy: osoblyvosti vyznannia ta napriamy udoskonalennia bukhhalterskoho obliku. *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*. 2020. Vyp. 2(46). S. 24–31. DOI: [http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2020-2\(46\)-24-31](http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2020-2(46)-24-31). (06/05/2022).
11. Ovsiuk N. V., Lesko M. O. Oblik nematerialnykh aktiviv zghidno natsionalnykh ta mizhnarodnykh standartiv: shliakhy vdoskonalennia. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2021. № 31. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-31>. (06/05/2022).
12. Fedorova I. V. Amortyzatsiia nematerialnykh aktiviv v konteksti oblikovoi polityky: aktualna problematyka. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. 2018. Vyp. 20. Ch. 3. S. 101–105.
13. Yasyshena V. V. Problemy dokumentuvannia obliku nematerialnykh aktiviv. *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu ta analizu*. 2021. Vyp. 1 (48). S. 58–64. DOI: [http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2021-1\(48\)-58-64](http://dx.doi.org/10.26642/pbo-2021-1(48)-58-64). (06/05/2022).
14. Ahmed, M. I., Che-Ahmad, A. (2016). Effects of corporate governance characteristics on audit report lags. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7S). DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2016.08.114>. (06/05/2022).
15. Badertscher, B., Jorgensen, B., Katz, S., Kinney, W. (2014). Public equity and audit pricing in the United States. *Journal of Accounting Research*, Vol. 52(2), pp. 303–339. DOI: <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12041>. (06/05/2022).
16. Hamova O. V., Kozachok I. A., Paliutkina N. V. Rozrobka prohramy audytu nematerialnykh aktiviv na PAT «Zaporizkyi zalizorudnyi kombinat». *Ekonomika ta derzhava*. 2019. № 2. S.100–104. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.2.100. (06/05/2022).
17. Hevlych L. L., Moshura L. O. Metodyka audytu nematerialnykh aktiviv: vitchyzniana ta zarubizhna praktyka. *Ekonomika ta suspilstva*. 2018. Vyp. №16. S. 888–893.
18. Jawad, M.A. (2019). The extent to which auditors can audit intangible assets in accordance with the objectives of the economic units (a proposed model for the adoption of the international standard of auditing 300 planning and 500 evidence in the iraqi environment). *Transylvanian Review*, August 2019, Volume XXVII, No. 42, pp. 180–192.
19. Diadiu O. O. Planuvannia ta etapy audytu nematerialnykh aktiviv pidpriemstva. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemstvo*. 2021. № 2(119). S. 79–85. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-2-14>. (06/05/2022).
20. Ettredge, M., Fuerherm, E. E., Li, C. (2014). Fee pressure and audit quality. *Accounting, Organizations and Society*, Vol, 39(4), pp. 247–263.
21. Kozhushko O. V., Liadova Yu. O. Vdoskonalennia metodyky provedennia audytu nematerialnykh aktiviv. *Elektronne naukovе fakhove vydannia «Efektivna ekonomika»*. 2021. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.71. (07/05/2022).
22. Oriekhova A. I., Holchenko L. V. Orhanizatsiia ta metodyka audytu neborotnykh aktiviv. *Infrastruktura rynku*. 2020. Vyp. 48. S.

271–275. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure48-50>. (06/05/2022)

23. Prabhawa, A. A., Nasih, M. (2021). Intangible assets, risk management committee, and audit fee. *Cogent Economics & Finance*, 9:1, 1956140. DOI:10.1080/23322039.2021.1956140. (06/05/2022).

24. Tarasenko L. O. Osoblyvosti audytu nematerialnykh aktyviv: analitychni protsedury ta inspektuvannia. *Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. prats.* 2017. T. 27. № 2. S. 201–208.

25. Visvanathan, G. (2017). Intangible assets on the balance sheet and audit fees. *International Journal of Disclosure and Governance*, August 2017, Volume 14, Issue 3, pp. 241–250. DOI: 10.1057/s41310-017-0023-x. (06/05/2022).

26. Dovhan P. O. Osnovy klasyfikatsii neoborotnykh aktyviv ta pidkhody do yikh udoskonalennia. *Ahrosvit.* 2021. № 11. S. 73–81. DOI: 10.32702/2306&6792.2021.11.73. (06/05/2022).

27. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. 2020 Edition. Available at: <https://www.iaasb.org/publications/2020-handbook-international-quality-control-auditing-review-other-assurance-and-related-services>. (06/05/2022).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-20>

УДК 332.834.5

Михайло ВЕДЕРНИКОВ

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9850-3575>e-mail: arh.mihael@gmail.com**Леся ВОЛЯНСЬКА-САВЧУК**

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-4043-9312>e-mail: liberty_lvs@ukr.net**Марія ЗЕЛЕНА**

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9969-2427>e-mail: mariaverde4@ukr.net**Оксана ЧЕРНУШКІНА**

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-7253-0284>e-mail: Chernushkina_OO@meta.ua**Олександр ГОРБАТЮК**

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2450-6140>e-mail: horbatiuk79@gmail.com

ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЯК НАПРЯМУ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

У статті проаналізовано організаційну культуру як один із є важливих чинників успішного функціонування підприємства. Розвиток організаційної культури забезпечує гармонізацію соціальних і економічних чинників, підвищує стійкість і конкурентоспроможність підприємства. Розглянуто ряд змістовних характеристик, властивих будь-якій організаційній культурі. Детальна оцінка рівня організаційної культури базується на формуванні системи показників, що характеризують цю культуру. Для оцінки рівня організаційної культури використовуються експертні методи дослідження, які дозволяють давати перспективні оцінки якісно новим процесам і явищам, які раніше не зустрічалися в суспільному житті і про які, звичайно, відсутня статистична інформація. Розглянуто актуальність впровадження сучасних мотиваційних технологій. Проаналізовано досвід впровадження системи мотивації за ключовими показниками на підприємстві. Визначено переваги системи мотивації на підставі оцінки цілей та KPI.

Ключові слова: організаційна культура, персонал, управління, мотивація, моніторинг, бізнес, KPI.

Mykhailo VEDERNIKOV, Lesia VOLIANSKA-SAVCHUK,
Maria ZELENA, Oksana CHERNUSHKINA, Oleksandr HORBATIUK
Khmelnytskyi National University

IMPLEMENTATION OF CORPORATE MOTIVATION SYSTEM AS A DIRECTION OF FORMATION OF AN EFFECTIVE MODEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE

The article analyzes the organizational culture as one of the important factors in the successful operation of the enterprise. The development of organizational culture ensures the harmonization of social and economic factors, increases the stability and competitiveness of the enterprise. A number of meaningful characteristics inherent in any organizational culture are considered. A detailed assessment of the level of corporate culture is based on the formation of a system of indicators that characterize this culture. In order to assess the level of corporate culture, expert research methods are used, which allow to give promising assessments of qualitatively new processes and phenomena that have not previously occurred in public life and about which, of course, there is no statistical information. The urgency of introduction of modern motivational technologies is considered. The experience of introduction of motivation system on key indicators at the enterprise is analyzed. The advantages of the motivation system based on the assessment of goals and KPI are determined.

Key words: organizational culture, staff, management, motivation, monitoring, business, KPI.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Організаційна культура є основою життєвого потенціалу підприємства. Особливості стосунків між людьми, стійкі норми і принципи життя і діяльності організації, зразки позитивної і негативної поведінки відносяться до цінностей і норм, мають важливе значення для ефективного функціонування організації. У міру збільшення інтелектуальної складової в розвитку економічних систем все більшу увагу стали приділяти стану організаційної культури. Виникло розуміння того, що організаційна культура є одним з базових елементів успішного функціонування і розвитку організацій будь-якого масштабу і будь-якої сфери діяльності. Свідомий розвиток організаційної культури забезпечує гармонізацію соціальних і економічних чинників, підвищує стійкість і конкурентоспроможність організацій. Організації, що володіють високим

рівнем організаційної культури, можуть бути успішнішими навіть при порівняно нижчому рівні матеріально-технічного і технологічного забезпечення.

Організаційна культура є важливим чинником успішного функціонування підприємств, хоча багато керівників не усвідомлюють це повною мірою. Згуртована, прагнуча до єдиної мети команда набагато ефективніше і швидше впорається з поставленими завданнями, чим роз'єднаний колектив працівників, що не відчуває єднання з колегами, не має можливості отримати від них допомогу і підтримку у важкій ситуації. Організаційна культура містить в собі потужний потенціал позитивного впливу на трудовий колектив, і якщо їм уміло скористатися, можна досягти високих результатів як матеріального, так і морального плану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Окремі аспекти організаційної культури, як показує аналіз, вивчалися багатьма зарубіжними та вітчизняними представниками. Проблемам формування та розвитку організаційної культури значна увага приділена у працях зарубіжних науковців, серед яких М. Армстронг, К. Камерон, А. Кеннеді, Р. Куїнн, Д. Речмен, І. Терон, Г. Хаєт, Е. Шейн та ін. Питання корпоративної культури вивчають й багато науковців пострадянського простору. Зокрема, слід вказати на роботи О. Бала, Р. Бала, М. Ведернікова, М. Войнаренка, Л. Волянської-Савчук, А. Воронкової, Г. Захарчиної, А. Зеркаль, С. Ілляшенка, А. Колота, Т. Костишиної, Ю. Красовського, Г. Назарової, В. Новікової, С. Пасеки, І. Петрової, Г. Савіної, М. Семікіної, Т. Соломанідиної, В. Спивак, Н. Тесакової та ін. Це обумовлено практичною потребою і соціально-економічними, політичними і конкурентними умовами функціонування організацій, що безперервно змінюються.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

В Україні під впливом глибоких соціально-економічних змін в суспільстві, подіям за останній час, актуальність організаційної культури істотно збільшилась як з теоретичної, так і з практичної точки зору. В цьому контексті актуалізується необхідність вивчення організаційної культури як найважливішого чинника поліпшення якості діяльності організації, адже саме формування єдиної корпоративної культури, орієнтованої на якісне виконання будь-яких робіт, визначає високу якість товару, що випускається, або послуг, що надаються, постійне вдосконалення діяльності.

Формулювання цілей статті

Метою статті є впровадження корпоративної системи мотивації як напряму формування ефективної моделі організаційної культури.

Виклад основного матеріалу

На практиці, на думку більшості дослідників, під терміном «організаційна культура» можна мати на увазі культуру будь-якого типу підприємства, включаючи школи, некомерційні організації, вузи, органи влади і управління і, безумовно, бізнес-структури. При цьому, стосовно підприємств і організацій сфери бізнесу, такі поняття як організаційна культура і корпоративна культура використовуються рівнозначно [1, с. 87].

Предметом вивчення організаційної культури є три чинники поведінки в організації: особи, групи і структури. Можна сказати, що організаційна культура направлена на вивчення того, що роблять працівники в організації і як їх поведінка (дії) впливає на результати організації. Найбільш поширеним визначенням організаційної культури, сьогодні розуміється те, в якому вона сприймається як «колективна поведінка людей, що є частиною якої-небудь організації» [2, с. 101]. З іншого боку, її також визначають як «сукупність цінностей, поглядів, норм, робочого сленгу, систем символів, вірувань, звичаїв і традицій». Відомий дослідник Е. Шейн в роботі 1992 року «Організаційна культура і лідерство» визначив її як «зразок колективної поведінки і обов'язків, які викладаються новим членам (співробітникам організації) як єдиний спосіб сприйняття дійсності, а також – системи «мислення» і «відчуття». Нарешті, є точка зору, що організаційна культура «визначає дорогу, по якій окремі індивіди і групи здійснюють взаємодію один з одним, з клієнтами і з власниками/засновниками».

Процес формування організаційної культури пов'язаний із установленням певного типу відносин між членами організації, знаходженням способів спільної роботи. В цьому процесі відбувається формування цінностей, традицій, установлюються норми й правила поведінки, ритуали, системи комунікацій, мова спілкування, системи мотивації, тобто формується бажана поведінка працівників усередині організації. У кожній організації ці процеси мають свою специфіку, що визначає необхідність аналізу факторів, що впливають на ці процеси. Знання цих факторів дозволяє, як доводять учені, ефективно управляти організаційною культурою [3, с. 365].

Сьогодні все більшого значення набуває мотивація діяльності персоналу, яка виступає безпосередньою причиною його поведінки. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання наявних ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Проблеми мотивації персоналу підприємств будь-яких форм власності завжди були і залишаються актуальними, адже

від чітко розроблених систем мотивації залежить не тільки соціальна та творча активність персоналу, а й кінцеві результати діяльності підприємств.

Вітчизняна та світова практика знає безліч способів впливу на мотивацію конкретної людини, до того ж кількість їх постійно збільшується. Варто зауважити, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності не є сталими. Більше того, той самий чинник, який сьогодні мотивує конкретну людину до інтенсивної ефективної праці, завтра може сприяти зниженню мотиваційних настанов. Це ще один доказ принципової важливості вивчення потреб людини, її настанов, бажань, пріоритетів для розроблення дійових заходів впливу на поведінку кожного працівника [4].

Проблема підвищення матеріальної мотивації трудової діяльності є однією з «одвічних» проблем, що їх мають розв'язувати економічна наука та господарська практика. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн із перехідною економікою, до яких належить й Україна. Для таких країн украй важливим елементом національної економіки є державний сектор, від ефективної роботи якого великою мірою залежить конкурентна здатність національної економіки.

Тому актуальність упровадження сучасних мотиваційних технологій у державному секторі економіки безперечна. Своєю чергою, ефективність і найбільша віддача від упровадження таких технологій убачається у державних комерційних підприємствах, адже саме вони працюють у реальному конкурентному середовищі і безпосередньо відчують на собі вплив ринку. Основна ціль процесу мотивації персоналу – це отримання максимальної віддачі від використання наявних працівників, що дає змогу підвищити загальну ефективність та результативність діяльності організації. Сьогодні основна складова частина загальної системи мотивації – матеріальне стимулювання працівників підприємств. Поряд із матеріальною мотивацією, заслуговує на увагу й моральна мотивація до праці. Людина працює не тільки й не стільки для задоволення першочергових матеріальних інтересів, скільки для комплексного забезпечення широкого кола потреб соціального, культурного, духовного характеру.

Але з огляду на кризисні явища сучасної світової економіки, основним мотиваційним фактором сьогодні все ж залишається матеріальний чинник. Більшість роботодавців поводить себе банально: відмовився один претендент на вакантну посаду через невисоку заробітну плату – знайдеться інший, що погодиться. У цьому контексті необхідно звернути увагу на систему мотивації за ключовими показниками ефективності, яку найуспішніші компанії світу вже давно знають як Key Performance Indicators (KPI) й яка тільки нещодавно почала використовуватися на українських підприємствах [5].

З огляду на це, формалізація процесу впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності має здійснюватися ще на теоретичному рівні й охоплювати повний спектр питань починаючи від стратегії підприємства і закінчуючи зворотнім зв'язком від кожного співробітника, навіть на найнижчому рівні структури підприємства. Реальний досвід упровадження системи мотивації за ключовими показниками на промисловому підприємстві може допомогти сучасним підприємцям визначити проблемні питання, знання яких дає змогу більш ефективно впровадити систему KPI на підприємстві. Процес упровадження системи Key Performance Indicators наглядно можна представити так (рисунок 1).

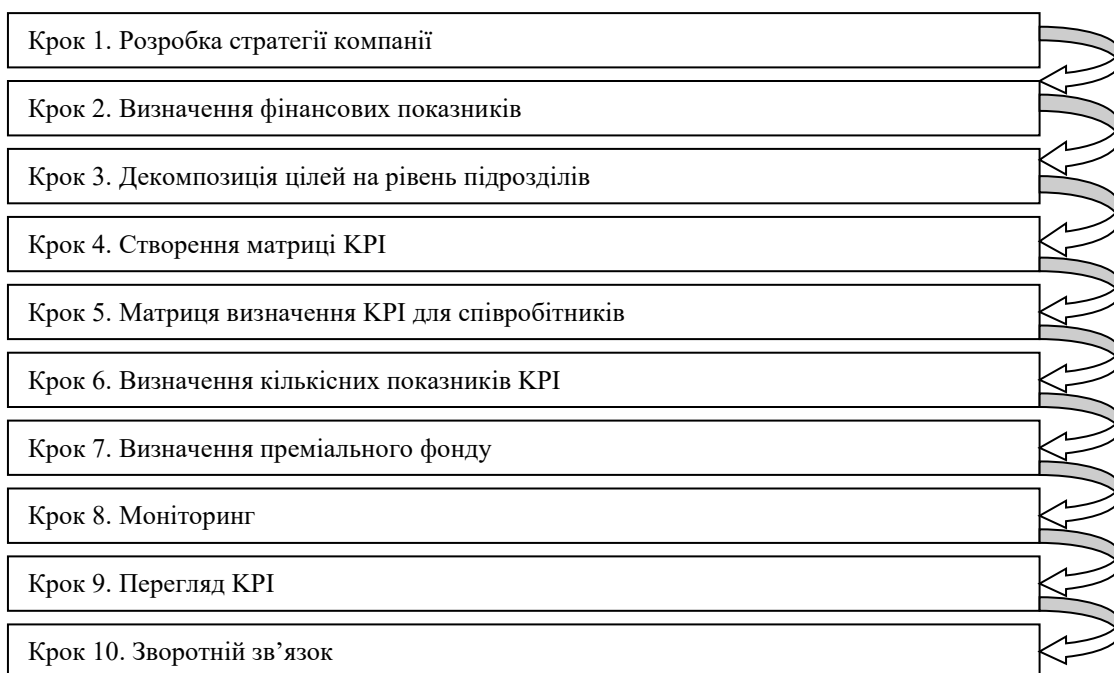


Рис. 1. Процес упровадження системи Key Performance Indicators на промисловому підприємстві

Крок 1. На першому кроці передусім має бути розроблена та формалізована стратегія компанії. Це основний елемент для розвитку системи мотивації по КРІ. Від того, наскільки правильно і точно визначена стратегія компанії, залежатиме подальший процес розроблення КРІ й їх успішне впровадження. Стратегія компанії визначається, як правило, власниками, але у випадку державного комерційного підприємства стратегія враховує державну політику відповідної галузі. Крім того, стратегія має доводитися всім керівникам підрозділів. При цьому система мотивації по КРІ дає змогу не просто мотивувати персонал, а й сфокусувати його діяльність на досягнення стратегічних цілей компанії [6, с. 14].

Крок 2. Визначення фінансових показників, які будуть відображати динаміку виконання стратегічних цілей компанії. Фінансові показники визначаються керівництвом компанії та у випадку державного підприємства корелюються із засадами державної політики.

Крок 3. Декомпозиція стратегічних цілей на рівень керівників підрозділів. Ключові показники ефективності повинні бути чітко сформульовані, зрозумілі й прості, а також бути вимірні або мати фактичне значення. Оптимальна кількість КРІ для окремого керівника – 5–7, для рядового співробітника – 3–5. Обов'язково включаються фінансові КРІ, інші формуються залежно від специфіки діяльності підприємства. Декомпозиція має охоплювати всі рівні структурних одиниць і доходити до рядових співробітників.

Крок 4. Складання матриці КРІ. У матриці враховуються кількість КРІ, коефіцієнт виконання кожного з них, а також його вага або коефіцієнт впливу. Вага найбільш важливого КРІ не повинна перевищувати 50 %, а найменш важливого – становити менше 5 %. Загальна сума показників – 100.

Для кожного показника вказуються допустимі рівні виконання. При цьому процес розроблення КРІ доцільно проводити у формі діалогу як для керівників підрозділів, так і для рядових співробітників.

Крок 5. Наповнення матриці – визначення КРІ для окремого співробітника. Для того щоб правильно визначити ключові показники ефективності для кожного співробітника, необхідно проаналізувати стратегію компанії та визначити, як вона проектується на безпосередню діяльність даного співробітника, а також проранжувати показники ефективності, залишивши найважливіші. Включення разом з індивідуальними також і колективних цілей буде сприяти формуванню командного духу в кожному підрозділі і в компанії у цілому.

Крок 6. Визначення кількісних показників КРІ. Непросте завдання, коли збирається й аналізується вся необхідна інформація. Але при цьому вкрай важливо забезпечити баланс результатів як даного співробітника, так і підрозділу (або і всій компанії) у цілому.

Формування кількісних даних КРІ передбачає рівень досяжності орієнтовно 70–80 %, щоб виключити виплату необґрунтовано високих премій. Але в усіх випадках має бути забезпечений баланс інтересів компанії в частині її стратегії та інтересів співробітника – в частині отримання більш високого розміру премії.

Крок 7. Визначення преміального фонду кожного співробітника. Не секрет, що часто компанії намагаються зменшувати «плаваючу» частину грошової винагороди для більш «спокійного» та розміреного планування своїх витрат. Але сучасний досвід уже давно довів, що змінна частина грошової винагороди повинна становити не менше 30% від загального доходу співробітника. Якщо відсоток змінної частини менше цього показника, він просто втрачає мотиваційну силу для співробітника, причому для співробітників, які безпосередньо задіяні в процесі продажу, змінна частина повинна становити близько 70 %.

Крок 8. Моніторинг. Важливою рисою системи КРІ є можливість не тільки проводити оцінку роботи персоналу, а й здійснювати моніторинг ходу виконання поставлених завдань. При цьому система виконує неочінувану роботу – виявляє «слабкі» місця в процесах компанії та мотивує керівництво та співробітників до оптимізації бізнес процесів.

Крок 9. Перегляд переліку КРІ співробітника. Коригування ключових показників ефективності відповідно до поточного стану підприємства, а в частині державного сектору – також відповідно до змін у відповідній галузі економіки – процес, необхідний як із погляду ефективності системи, так і з погляду роботи підприємства у цілому. Коригування мають відбуватися як планово, так і з огляду на зміни ринку праці, які це зумовлюють.

Крок 10. Зворотній зв'язок. Це вкрай необхідний крок у впровадженні системи мотивації підприємства. Мета – переконатися, що співробітник чітко розуміє своє місце в системі та дії, які призводять до результату. Результат розуміння – можливий план розвитку співробітника. Саме й цьому й полягає унікальна особливість даної системи, адже вона сприяє інтеграції матеріального і нематеріального видів мотивацій. І головне – зворотній зв'язок має бути взаємним. Важливою умовою роботи мотиваційної системи є виконання обіцянок керівництвом: премія має бути нарахована чітко з урахуванням усіх умов, а співробітник у результаті повинен отримати премію відповідного розміру. В іншому разі навіть найідеальніша система мотивації втрачає будь-який сенс. Ефективність упровадження мотиваційної системи типу Key Performance Indicators розглянемо на прикладі адаптації до промислового підприємства. Припустимо, що керівництвом підприємства було прийнято рішення щодо впровадження даної системи для підтримки якісно нових змін в управлінні персоналом. На підготовчому етапі впровадження системи підприємством у контексті стратегії розвитку підприємства у цілому визначено переваги самої системи мотивації на різних рівнях структури підприємства (таблиця 1).

Таблиця 1

Переваги системи преміювання на підставі оцінки цілей та КРІ

Для співробітника	Для керівника	Для організації
Розуміє, на який результат чекає керівник. Знає, за який результат отримає матеріальну винагороду й яку сааме. Домовленість із керівником про бажаний результат фіксується. Отримує зворотний зв'язок від керівника	Отримує інструмент планування досягнення цілей підрозділу. Отримує інструмент впливу на результативність співробітників. Дає й отримує зворотний зв'язок від кожного підлеглого	Отримує логічну основу для преміювання і мотиваційних програм. Отримує основу для визначення кадрового резерву та співробітників, які не справляються, і методику управлінської роботи з ними Підвищується управлінська компетентність керівників вищої та середньої ланок, які працюють за єдиним стандартом. Поліпшуються внутрішні комунікації

Щоб досягти всього, що заплановано, потрібно діяти щодня, вважають ініціатори впровадження, а також потрібна участь кожного із співробітників. Для цього розроблений механізм каскадування цілей. Каскадування здійснюється на підприємстві так, щоб виконання цілей кожним працівником напряму забезпечувало досягнення цілей керівника вертикалі.

Щоквартально стратегічні завдання розподіляються між керівниками напрямів роботи (вертикалей). Далі цілі каскадуються керівниками на своїх підлеглих залежно від їх функціональних напрямів. Останні розподіляють цілі своїм підлеглим і так до рівня лінійних працівників. У контексті оцінки ефективності системи мотивації у підприємстві керівництво поставило пріоритетним завдання розроблення системи управління ефективністю, яка базується на щоквартальному плануванні цілей для співробітника та оцінці їх досягнення. Логічну схему системи управління ефективністю підприємства наведено на рисунку 2.

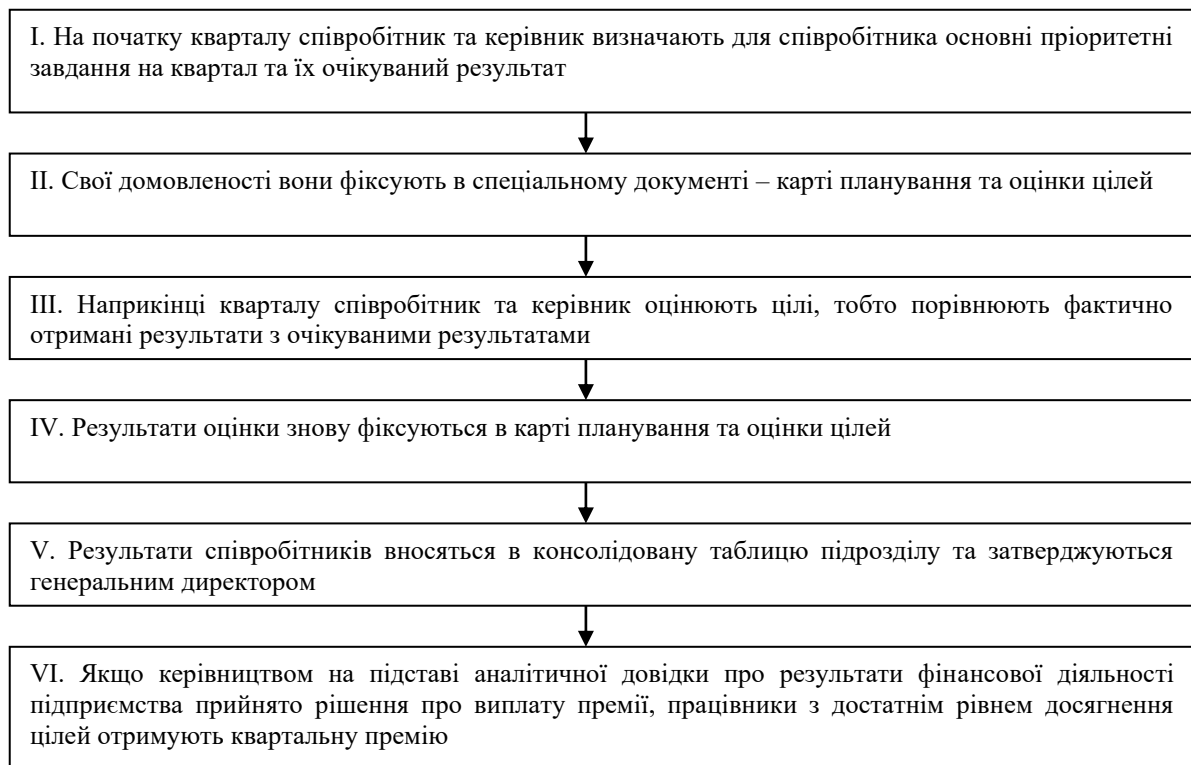


Рис. 2. Логічна схема системи управління ефективністю на промисловому підприємстві

Значну роль у впровадженні системи мотивації відведено адмініструванню процесу оцінки результативності, який умовно можна розділити на три послідовних частини [7, с. 47].

По-перше, планування цілей:

- цілі визначаються на квартал;
- планування відбувається в строки та етапи, затверджені відповідним наказом товариства та оголошені координатором;
- координатору надаються коректно оформлені та затверджені (підписані і керівником, і співробітником) оригінали карт;
- співробітниками, які оформлюються у штат протягом кварталу після завершення планування згідно з графіком, карти мають бути надані до кінця другого місяця кварталу (прийняті в останньому місяці кварталу співробітники у звітному кварталі не є учасниками системи).

По-друге, моніторинг виконання цілей, перегляд цілей [8, с. 232]:

- у ситуаціях, коли у власника цілі змінюються протягом кварталу (переведення зі зміною функціоналу, зміна плану тощо), карта з актуальними цілями може бути подана на заміну до кінця другого місяця кварталу за погодженням з керівником вертикалі/функції;

- власник цілей та його керівник повинні контролювати статус виконання цілей протягом кварталу.

У разі відхилення від затверджених цілей ініціатор обговорення – власник цілей.

По-третє, оцінка цілей та затвердження рейтингів [9]:

- оцінка відбувається у строки та етапи, затвержені відповідним наказом та оголошені координатором;

- для оцінки виконання цілей рекомендується проведення оціночної бесіди між власником цілей та його керівником (адміністративним та/або оперативним). Ініціатор – керівник;

- керівник вертикалі аналізує розподіл рейтингів і здійснює коригування, враховуючи рівень ефективності кожного працівника порівняно з іншими працівниками. Мета аналізу – максимально приблизити фактичний розподіл рейтингів до цільового в групі працівників;

- координатору передаються затвержені оригінали карт оцінки та затверджена консолідована таблиця рейтингів по підрозділу;

- консолідована таблиця, затверджена керівником вертикалі та погоджена з координатором, подається до відділу оплати праці для розрахунку процесу.

Від формування якісних цілей, як відомо, значною мірою залежить кінцевий результат від впровадження будь-якої системи мотивації. Позитивним моментом, на нашу думку, є той факт, що в підприємстві одразу взяли за основу загальновідомі у світі принципи SMART, що дало змогу зробити цілі чіткими та прозорими як для керівництва, так і для співробітника. Аббревіатура SMART утворена шляхом визначення п'яти властивостей «розумних» цілей: 1. Specific – кон кретна. 2. Measurable – вимірювана. 3. Achievable – складна, але досяжна – реалістична. 4. Relevant – актуальна, у зоні відповідальності співробітника. 5. Time bounded – обмежена в часі [10].

Для формулювання цілей на підприємстві були створені формалізовані шаблони, які значною мірою допомагають співробітникам у їх визначенні цілей. Рівень виконання A+ – це надзвичайне перевиконання цілі. Деякі цілі допускають перевиконання. Якщо ціль може бути перевиконана, то результат на рівень A+ має бути чітко прописаний в KPI рівня A. Оскільки A+ є подвигом, тобто форсмажорними обставинами, то повинні бути і C для працівників, через яких виникли ці обставини.

Рівень виконання A – це стовідсоткове виконання цілі, яке включає виконання особливо важливих завдань, участь у проектах, забезпечення дуже високої якості процесної роботи. Все це необхідно прописувати у формулюваннях KPI на рівень A.

Рівень виконання B – це часткове досягнення цілі на рівень не менш, ніж 70 %. Аналогічний рівень виконання передбачається для працівників, які виконують процесну роботу в межах посадових обов'язків зі звичайною якістю виконання.

Рівень виконання C – це рівень, який означає, що ціль не виконана. Якщо отриманий результат не відповідає жодному із зазначених рейтингів (A, B, A+) – ціль не досягнута.

Під час планування цілей керівники повинні встановлювати такі KPI, які не даватимуть змогу дискредитувати рейтинг A+ та A! (рисунок 3).

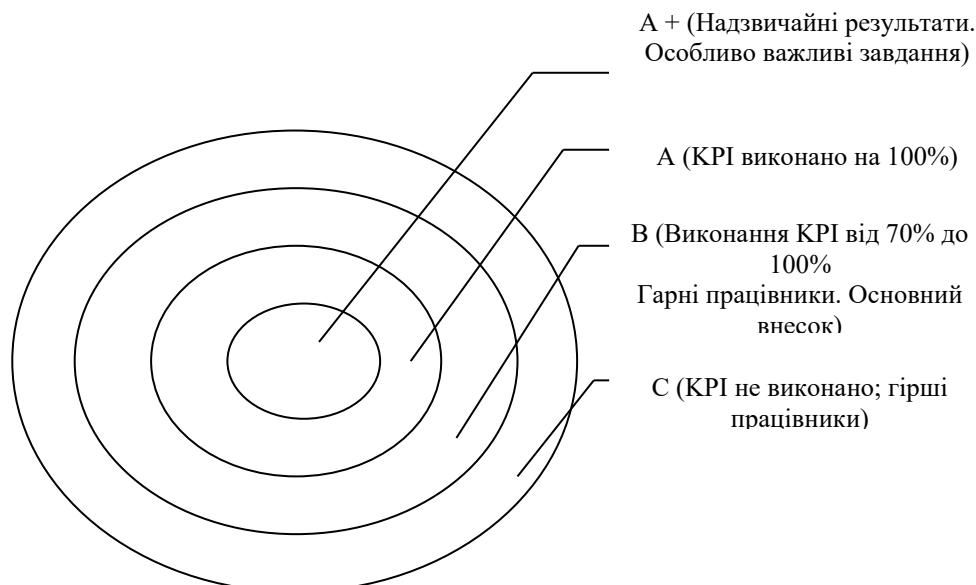


Рис. 3. Формалізація рівнів виконання цілей, які використовуються у системі мотивації на промисловому підприємстві

Після того як усі цілі оцінені, зводиться сума фактичного виконання (балів) за кожною ціллю і, таким чином, отримується підсумковий бал карти, який і використовується для розрахунку відсотка квартальної премії та підсумкового рейтингу (таблиця 2).

Таблиця 2

Оцінка фактичного результату		
Підсумковий бал	% Квартальної премії	Рейтинг
Більше 1	Премія в розмірі більше 100% базового розміру визначається генеральним директором за зверненням керівника самостійного підрозділу	A+ Надзвичайні результати. Перевиконання, подвиг
Від 0,9 до 1	100% базового розміру премії	A Ціль виконано на 100%
Від 0,7 до 0,89	% від базового розміру відповідає підсумковому балу	B Ціль виконано частково (орієнтовно – від 70 % до 100 %)
Менше 0,7	0%, премія відсутня	C Ціль не виконана

На практиці розподіл оцінок у підрозділах підтримки не завжди відображає цільовий, а тим більше нормальний розподіл. Причинами цього можуть бути некоректне формулювання KPI, планування однакових цілей для кількох співробітників, які працюють на один результат, із неможливістю оцінити внесок кожного з них для досягнення цілі, суб'єктивне ставлення керівника тощо.

Для того, щоб зменшити вплив таких ситуацій на результати оцінки, передбачена можливість коригування підсумкового балу і, відповідно, розміру премії та рейтингу в загальній консолідованій таблиці та їх затвердження генеральним директором. Тобто оцінка співробітника в карті та в консолідованій таблиці може відрізнятись. Остаточна квартальна оцінка співробітника – це оцінка, яка затверджена в консолідованій таблиці підрозділу (таблиця 3).

Таблиця 3

Остаточна квартальна оцінка					
Підсумковий рейтинг	C	B	A	A	A+
Підсумковий бал	<0,7	≥0,7; <0,9	≥0,9; <1	1	>1
Цільовий розподіл	≥10%	≥30%	≤40%	≤15%	≤5%

Вона також використовується для розрахунку квартальної премії. Під час розгляду теоретичних аспектів упровадження мотиваційних систем ми вже згадували завершальний крок упровадження – зворотній зв'язок. І дійсно, роботодавець має переконатися, що співробітник чітко розуміє алгоритми системи і причинно-наслідковий зв'язок між роботою та винагородою, тобто результатом [11, с. 190]. Але при цьому хотілося б зауважити, що зазвичай корпоративний зворотній зв'язок не може гарантувати стовідсоткової відповідності реальному сприйняттю системи персоналом, адже завжди існують суб'єктивні фактори, які ведуть до викривлення даних. І в цьому сенсі, на нашу думку, найбільш точним дослідженням буде анонімне соціальне опитування, проведене третьою стороною. При цьому кількість питань має бути мінімальним, а самі питання простими, але вичерпними.

Отже, для проведення соціопитування сформульований такий перелік питань:

- рівень задоволеності новою системою мотивації;
- чи виконує нова система оплати праці мотиваційну функцію;
- чи є ефективним зворотній зв'язок.

Кожне питання оцінюється за п'ятибальною шкалою, а структура респондентів поділена на три блоки: топ-менеджмент підприємства, керівники структурних підрозділів та рядові співробітники. Обов'язковою умовою є проходження працівником підготовчого тренінгу по системі та його практичне залучення до всіх етапів мотиваційної системи, включаючи виплату премії. Тобто це працівники, які вже відчули на собі результат упровадження системи мотивації [12].

У таблиці 4 наведено дані щодо результатів проведеного опитування та отримані результати в розрізі різних груп респондентів, охоплених повним циклом системи мотивації, включаючи виплату премії.

Таблиця 4

Середній бал за підсумками опитування «Чи влаштовує Вас KPI»				
Питання	Топ-менеджмент	Керівники підрозділів	Рядові співробітники	Середній бал
Рівень задоволеності новою системою мотивації	4,3	3,86	3,14	3,77
Наскільки повно нова система оплати праці виконує мотиваційну функцію	4,26	4,1	3,82	4,06
Чи є ефективним зворотній зв'язок	4,17	3,8	2,88	3,62

Результати опитування свідчать, що середній рівень задоволеності новою системою мотивації Key Performance Indicators становив 3,77 бали, причому найбільший рівень у топ-менеджменту, а найнижчий – у

рядових співробітників. Цікаво, що при цьому середнє значення повноти виконання системою мотиваційного завдання навіть вище від загального рівня задоволеності й становить 4,06 бали, і саме результат опитування респондентів – рядових співробітників вплинув на цей показник. Відповідь міститься, на нашу думку, у третьому питанні, відсоток за яким становив 3,62 бали, і знов-таки рівень рядових співробітників вплинув на цей результат найбільшою мірою. Ми бачимо, що саме ці співробітники хочуть бути почутими навіть тоді, коли в принципі система винагородження їх влаштовує, і це ще раз доводить припущення, що на цьому рівні структурної ієрархії під час упровадження всіх новацій має застосовуватися найбільш виважений та делікатний підхід як у частині підготовчого процесу, так і в частині зворотного зв'язку.

Отже, підводячи підсумки, хочеться зауважити, що в умовах кризи сучасної світової та національної економіки підвищення ефективності праці має вирішальне значення для кожного суб'єкта господарювання, а для державного комерційного підприємства ефективність його роботи – це ще й безпосередній вплив на національну економіку.

Підвищення ефективності праці не може бути успішним без упровадження сучасних систем мотивації, зокрема тих, які базуються на принципах Key Performance Indicators і успішно впроваджені в багатьох успішних світових компаніях. Мотивація персоналу на базі КРІ орієнтована на досягнення довгострокових і короткострокових цілей компанії, «стимулюючої на виконання посадових обов'язків» самого працівника. Система формування змінної частини грошової винагороди на базі КРІ стимулює працівника до досягнення високих індивідуальних результатів, а також до збільшення його внеску в колективні результати та досягнення, виконання стратегічних цілей компанії. При цьому показники КРІ в системі формування змінної частини заробітної плати на базі КРІ повинні бути досить прості і зрозумілі співробітникам, а розміри змінної частини компенсаційного пакету – економічно обґрунтовані [13].

Впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності має опиратися на професійне теоретичне підґрунтя і базуватися на стратегії підприємства, а охоплення системою має бути максимально повним і доходити до найнижчого рівня ієрархічної структури. Саме від цих факторів залежать ефективність упровадження системи і власне кінцевий результат, адже система мотивації за ключовими показниками ефективності має низку суттєвих переваг над іншими системами матеріального заохочення, а саме: стовідсоткова орієнтація на результат; керованість – система дає змогу коригувати спрямовані зусилля співробітників без серйозної зміни самої системи; зрозумілість – співробітник розуміє, за що компанія готова його винагороджувати, компанія розуміє, за які результати і скільки готова заплатити; незмінність – будь-який співробітник вибудовує свою роботу відповідно до системи мотивації [14, 15].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Виходячи з безумовної актуальності впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності у підприємствах державного сектору економіки країни, хочеться зазначити й актуальність подальших досліджень у цьому напрямі. На нашу думку, вони мають бути спрямовані саме на врахування особливостей об'єктів упровадження в сегментах ринку (галузях промисловості) без втрати самої ідеології Key Performance Indicators, і це не завжди є простим завданням, адже помилки під час упровадження системи мотивації не тільки ведуть до значного зниження ефективності роботи персоналу і підприємства у цілому, а й створюють реальну небезпеку конфлікту інтересів. У цьому контексті необхідно зосередитися на таких аспектах: визначення рівня сегментації впровадження систем мотивації у розрізі галузей економіки; створення відповідних галузевих моделей упровадження систем мотивації; розроблення керівних матеріалів для впровадження галузевих моделей мотивації; розроблення відповідних програмних засобів для оптимізації процесу впровадження систем мотивації.

Наявність сучасної методичної та інструментальної бази для впровадження систем мотивації значною мірою вплине на ефективність упровадження та експлуатації таких систем, зменшить трудовитрати на її впровадження та дасть змогу уніфікувати відповідні процеси без втрати ідеологічних основ систем Key Performance Indicators.

Література

1. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства : монографія / Г. М. Захарчин. – Львів : Вид-во Нац. Ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 276 с.
2. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія. – Житомир : Вид-во ЖДУ, 2011. – 290 с.
3. Volyanska-Savchuk Lesya Victorivna. Role of corporative culture in the system of personnel management in enterprise / Lesya Victorivna Volyanska-Savchuk // Scientific Journal «European Applied Sciences». – Germany, 2015. – № 9. – P. 74–76.
4. Янковська Л. А. Оптимізація трудового потенціалу в системі менеджменту персоналу промислового підприємства / Л. А. Янковська // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 9. – С. 56–60.
5. Волянська-Савчук Л. В. Стан корпоративної культури на машинобудівних підприємствах Хмельницької області / Л. В. Волянська-Савчук // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2014. – Вип. 25. – С. 116–122.

6. Славогородська О. Ю. Мотивація персоналу на підприємстві до підвищення компетентності як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств / О. Ю. Славогородська // Проблеми науки. – 2016. – № 1. – С. 94–98.
7. Жук В.П. Формування корпоративної культури в Україні. Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Управління». 2015. Вип. 3–4. С. 56–62.
8. Харченко Т.М. Альтернативні підходи мотивації найманих працівників у контексті трансформаційних процесів економіки / Т.М. Харченко // Система національного менеджменту в контексті інтеграційного виміру : монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. – Суми : ПП Вінніченко М.Д., Литовченко Є. Б., 2014. – 432 с.
9. M. Vedernikov, I. Sandyga, L. Volianska-Savchuk, O. Chernushkina, M. Zelena and O. Koshonko, "Specificity of Corporate Culture Modeling at Industrial Enterprises in Conditions of Digital Business Transformation," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 595-600, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208925. (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216484105>).
10. W. Di, W. Yi-Qin, W. Dan, L. Cai-Mei, "A Study on the Relationship Between Corporate Culture and Corporate Environmental Performance", in 2017 IEEE Proc. International Conference on Management Science and Engineering (ICMSE), Nomi, Japan, 2017, pp. 164–171. DOI: 10.1109/ICMSE.2017.8574444.
11. Братішко Ю. С. Роль корпоративної культури у формуванні системи соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств / Ю. С. Братішко // Молодий вчений. – 2014. – № 12 (15). – С. 232–238.
12. Кайдалова А. В. Корпоративна (організаційна) культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/-organizacijna-kultura> – (15.11.2020).
13. Ліфінцев Д. С. Методичні основи оцінки впливу корпоративної культури на діяльність організації [Електронний ресурс] // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=635> – (15.11.2020).
14. 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. <https://doi.org/10.18421/TEM91-35>. (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216484105>).
15. Boiko J. et al. Smart Recruiting as a Modern Tool for HR Hiring in the Context of Business Informatization. 2021 11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT). IEEE, 2021. P. 284–289.

References

1. Zakharchyn H. M. Mekhanizm formuvannya orhanizatsiinoi kultury mashynobudivnoho pidpriemstva : monohrafiia / H. M. Zakharchyn. – Lviv : Vyd-vo Nats. Un-tu «Lvivska politehnika», 2009. – 276 s.
2. Kharchyshyna O. V. Formuvannya orhanizatsiinoi kultury v systemi menedzhmentu pidpriemstv kharchovoi promyslovosti : monohrafiia. – Zhytomyr : Vyd-vo ZhDU, 2011. – 290 s.
3. Volyanska-Savchuk Lesya Victorivna. Role of corporative culture in the system of personnel management in enterprise / Lesya Victorivna Volyanska-Savchuk // Scientific Journal «European Applied Sciences». – Germany, 2015. – № 9. – R. 74–76.
4. Yankovska L. A. Optyimizatsiia trudovoho potentsialu v systemi menedzhmentu personalu promyslovoho pidpriemstva / L. A. Yankovska // Aktualni problemy ekonomiky. – 2016. – № 9. – S. 56–60.
5. Volianska-Savchuk L. V. Stan korporatyvnoi kultury na mashynobudivnykh pidpriemstvakh Khmelnytskoi oblasti / L. V. Volianska-Savchuk // Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2014. – Vyp. 25. – S. 116–122.
6. Slavohorodska O. Yu. Motyvatsiia personalu na pidpriemstvi do pidvyshchennia kompetentnosti yak instrument zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv / O. Yu. Slavohorodska // Problemy nauky. – 2016. – № 1. – S. 94–98.
7. Zhuk V.P. Formuvannya korporatyvnoi kultury v Ukraini. Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia. Seriiia «Upravlinnia». 2015. Vyp. 3–4. S. 56–62.
8. Kharchenko T.M. Alternatyvni pidkhody motyvatsii naimanykh pratsivnykiv u konteksti transformatsiinykh protsesiv ekonomiky / T.M. Kharchenko // Systema natsionalnoho menedzhmentu v konteksti intehratsiinoho vymiru : monohrafiia / za nauk. red. d.e.n., prof. L.I. Mykhailovoi. – Sumy : PP Vinnichenko M.D., Lytovchenko Ye. B., 2014. – 432 s.
9. M. Vedernikov, I. Sandyga, L. Volianska-Savchuk, O. Chernushkina, M. Zelena and O. Koshonko, "Specificity of Corporate Culture Modeling at Industrial Enterprises in Conditions of Digital Business Transformation," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 595-600, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208925. (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216484105>).
10. W. Di, W. Yi-Qin, W. Dan, L. Cai-Mei, "A Study on the Relationship Between Corporate Culture and Corporate Environmental Performance", in 2017 IEEE Proc. International Conference on Management Science and Engineering (ICMSE), Nomi, Japan, 2017, pp. 164–171. DOI: 10.1109/ICMSE.2017.8574444.
11. Bratishko Yu. S. Rol korporatyvnoi kultury u formuvanni systemy sotsialnoi vidpovidalnosti farmatsevtichnykh pidpriemstv / Yu. S. Bratishko // Molodyi vchenyi. – 2014. – № 12 (15). – S. 232–238.
12. Kaidalova A. V. Korporatyvna (orhanizatsiina) kultura [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/-organizacijna-kultura> – (15.11.2020).
13. Lifintsev D. S. Metodychni osnovy otsinky vplyvu korporatyvnoi kultury na diialnist orhanizatsii [Elektronnyi resurs] // Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika». – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=635> – (15.11.2020).
14. 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. <https://doi.org/10.18421/TEM91-35>. (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216484105>).
15. Boiko J. et al. Smart Recruiting as a Modern Tool for HR Hiring in the Context of Business Informatization. 2021 11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT). IEEE, 2021. R. 284–289.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-21>

УДК 338.45:339.138:339.9

Роман АНДРУШКІВ

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-3956-9072>

e-mail: andrushkiv81roman@gmail.com

ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

У статті акцентовано на проблематиці вдосконалення маркетингової діяльності хлібопекарських підприємств, зокрема здійснено аналіз та розроблено низку пропозицій на прикладі структурної системи маркетинг-мікс «7Р». Визначено специфічні особливості хлібопекарської продукції як товару, на основі чого були рекомендовані напрямки маркетингової товарної політики хлібопекарського підприємства. Запропоновано низку принципів щодо побудови скоординованої системи виробництва та реалізації хлібопекарських виробів. Розроблено модель взаємодії виробника і споживача на ринку хлібопекарських виробів, що відображає механізм взаємодії виробника та споживача на ринку хлібопекарських виробів за допомогою спеціально створеної системи каналів розподілу. Рекомендовано блок-схему управління маркетинговою діяльністю для досліджуваних хлібопекарських підприємств, що дозволить обрати відповідну товарно-ринкову бізнес-стратегію, яка забезпечує досягнення стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: маркетинг; маркетингова діяльність; збут продукції; дослідження ринку; підприємство; управління маркетингом; стратегічний маркетинг.

Roman ANDRUSHKIV

Western Ukrainian National University

IMPROVEMENT OF MARKETING ACTIVITY OF BAKERY INDUSTRY ENTERPRISES

The article focuses on the issues of improving the marketing activities of bakery enterprises, in particular, analyzed and developed a number of proposals on the example of the structural system of marketing mix "7P". The specific features of bakery products as a commodity are determined, on the basis of which the directions of marketing commodity policy of the bakery enterprise were recommended. A number of principles for building a coordinated system of production and sale of bakery products are proposed. To increase the efficiency of the enterprise in the market of bakery products, it is proposed to create a coordinated system that reflects the flexible interaction of producer and consumer.

A model of interaction between producer and consumer in the market of bakery products has been developed, which reflects the mechanism of interaction between producer and consumer in the market of bakery products with the help of a specially created system of distribution channels. The developed model reflects the mechanism of interaction between producer and consumer in the market of bakery products with the help of a specially created system of distribution channels. Where, the main channels of distribution of bakery products are: branded network, urban retail trade network, rural retail trade network and trade and intermediary center.

The block diagram of marketing activity management is recommended for the researched bakery enterprises, which will allow to choose the appropriate commodity-market business strategy, which ensures the achievement of the enterprise development strategy. The use of marketing strategies for bakeries should be carried out in the complex in accordance with the recommended block diagram of the management of marketing activities of the enterprise as a whole. It should be noted that the recommended block diagram of marketing management can be used by large bakeries, as its implementation requires a certain resource potential.

Keywords: marketing; marketing activities; product sales; market research; enterprise; marketing management; strategic marketing.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Маркетингова діяльність на ринку хлібопекарських виробів стає необхідною нагальною проблемою для вирішення низки питань практичного характеру. Так, з одного боку, виробництво хлібопекарських виробів – це постійний, безперервний процес, так як хліб – основний продукт харчування. Звичайний хліб містить практично всі поживні речовини, необхідні для життя: білки, вуглеводи, ліпіди, вітаміни, макро- та мікроелементи. У разі потреби людина може підтримувати своє існування лише одним хлібом. Потреба в хлібі іманентно властива людині та не залежить від впливу факторів як соціального-економічного, так і політичного характеру. Варіативність даної потреби може змінюватись у кількості споживання та у ступені насичення організмом, якістю продукції, наявним асортиментом, доступністю придбання, обумовлену ціновою політикою товарів цієї групи.

Ринок хлібопекарської продукції є життєво необхідним напрямом економічної діяльності, яка постійно знаходиться у постійній співпраці між виробником та споживачем. На даний момент, коли в нашій державі існують розвинуті економічні стосунки, при маркетинговій організації актуалізується даний процес, оскільки виробники намагаються захопити якомога більшу частку на ринку хлібопекарських виробів.

Відповідно до традиційної концепції маркетингу, мета підприємства, особливо довгострокова, можна досягти завдяки дослідженню потреб визначеної категорії споживачів, на які орієнтується

підприємство. Таке дослідження дасть змогу підприємству виробляти саме ті товари та послуги, які за допомогою своїх унікальних властивостей задовольнятимуть кінцевого споживача краще, у порівнянні з аналогічними товарами фірм-конкурентів.

Глибоке проникнення у мотивацію всіх учасників процесу обміну на ринку хлібопекарських виробів, визначення їх потреб, бажань та специфічних інтересів, а також ступінь їх взаємодії, допомагають управляти виробничо-збутовою діяльністю з максимальною віддачею для усіх партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У розробці теоретичних, методологічних та практичних підходів до питань формування маркетингової стратегії підприємств хлібопекарської галузі України значний внесок зробили такі вчені, як О.М. Бородіна [1], В.В. Клочан [3, с. 117–125], М.В. Нетяжук [6], О.А. Опря [7], І.О. Соловійов [10, с.100–106], О.В. Ставицький [11] та інші. В їх працях висвітлено основні теоретичні засади маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської галузі, механізм формування їх маркетингових стратегій, розглянуто шляхи їх розробки та корегування, проаналізовано основні складові маркетингових стратегій вітчизняних підприємств даної галузі.

Серед досліджень вітчизняних вчених-економістів, наукові інтереси яких пов'язані зі вивченням проблематики здійснення маркетингової діяльності, зокрема в аспекті формування конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств, можна передусім виокремити праці Гевчук А. В., Поліщук Н. В., Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренка В. М. [2], системність поняття «маркетингова стратегія» деталізовано розкрито у публікаціях Кочкіної Н. Ю. [4], Робула Ю. В. [9, с.100–106], Палковського Є. С. [8, с.37–41] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проте, швидка плинність змін у зовнішньому оточенні та висока кон'юнктурна динаміка у економіці, зумовила невирішеність таких питань щодо сучасних тенденцій та перспектив розвитку маркетингових стратегій та вдосконалення маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської галузі України.

Формулювання цілей статті

Метою статті є побудова ефективної моделі організації збутової діяльності підприємств на ринку хлібопекарських виробів на основі маркетингової концепції.

Виклад основного матеріалу

Однією з визначальних завдань маркетингової діяльності підприємств сфери хлібопродуктів є досягнення максимальної взаємовіддачі у ступені задоволення потреб та запитів споживача та, як наслідок, отримання підприємством доходу. Щоб забезпечити дану ціль, рекомендується застосування системи ефективного комплексу маркетингу, методологічною основою якої виступає маркетинг-мікс «7P», складовими елементами якого є товар (Product), його просування (Promotion), ціна (Price), місце реалізації продукту (Place), процес взаємодії між покупцем та продавцем (Process), люди пов'язані з тим чи іншим брендом (People) та всі фізичні речі і відчуття, які оточують споживача в момент взаємодії з брендом (Physical Evidence) (Рис. 1) [5].

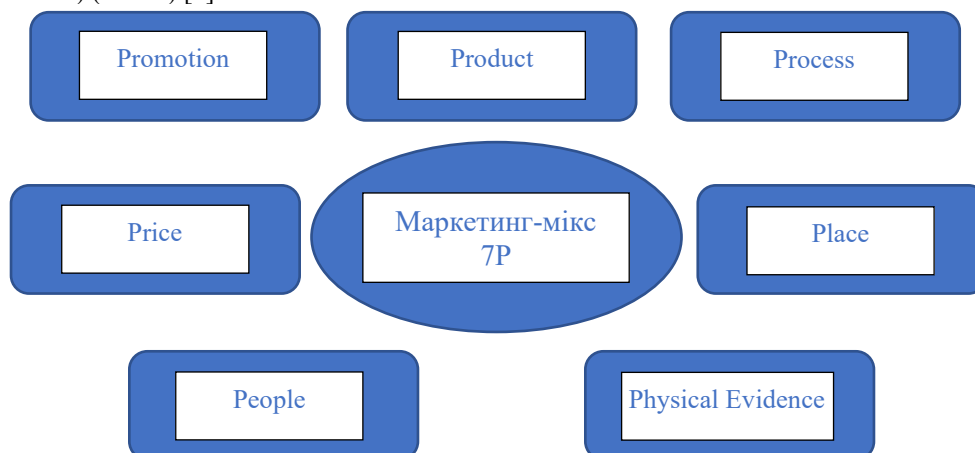


Рис. 1. Структурна схема маркетинг-міксу «7P»

Хлібопекарська продукція як один з товарів комплексного маркетингу забезпечує своїми характеристиками потреби споживача. Основні специфічні властивості хлібопекарської продукції як товару полягають у тому, що цей вид продукції може бути проданий в об'ємах, які не перевищують норми

фізіологічно можливого споживання; для цього виду товару не створюються товарні запаси; для хліба встановлено норми повернення нереалізованої продукції (Рис. 2).

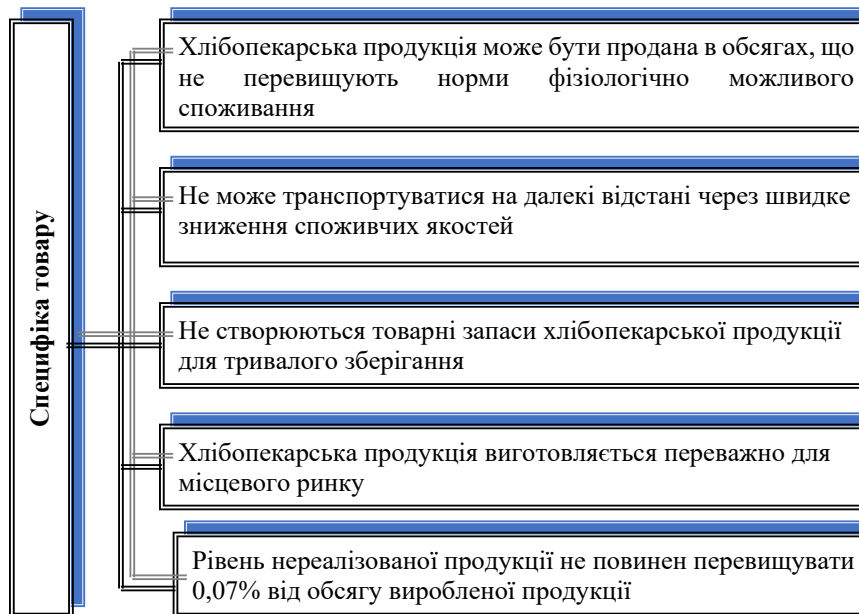


Рис. 2. Специфічні особливості хлібопекарської продукції як товару

Оскільки хлібопекарські виробниці розглядаються як вид товару, то досліджувані хлібопекарські підприємства рекомендується формувати основні напрямки товарної політики у координації маркетинг-міксу. Коли враховуються не лише поточні потреби у споживанні певних різновидів хлібопекарської продукції, а й, власне, сама динаміка їх зміни, оскільки підприємства хлібопекарської галузі на пряму є залежними від своїх споживачів та повинні реагувати на їх сучасні та майбутні потреби.

Основні напрями маркетингової товарної політики, рекомендовані для досліджуваних хлібопекарських підприємств на ринку хлібобулочної продукції представлені на Рис. 3.

Канали збуту, способи і методи просування хлібопекарської продукції на ринку є найефективнішими маркетинговими діями в умовах нецінової конкуренції. До форм збуту хлібопекарських виробів відносяться: пряма доставка споживачеві (магазини роздрібною мережі, торгівля з машин), посередники, реалізатори (приватні особи), фірмова торгівля (кіоски, магазини при заводах) тощо.

Дуже важливим елементом такої системи має стати власна мережа пунктів реалізації. У зв'язку з цим дедалі більшої популярності серед населення набувають фірмові точки з реалізації хлібопекарської продукції. Саме це зумовлюється наступним: споживачам пропонується не лише власна стандартизована продукція. Тому, пропонується весь товарний асортимент виробів даного підприємства. Як наслідок, у підприємства-виробника з'являється власна торгова марка, що виступає так званим «елементом нецінової конкуренції», що надзвичайно важливо для покупця, оскільки він може скористатися продукцією за критерієм якості. Це стимулює виробника покращувати технологічний процес для того, щоб залучити і утримати в себе споживача, і, якщо не збільшити, то хоча б стабілізувати попит на свою продукцію.

Крім збільшення обсягу продажу такі фірмові точки приносять підприємству-виробнику додатковий прибуток за рахунок торговельної націнки. Дані торгові точки виступають і як важливі джерела інформації, як із позицій маркетингу, так планування виробничої діяльності. Проте дані точки реалізації хлібобулочної продукції виступають не лише індикаторами попиту, але і, будучи розташованими в багатолюдних місцях, вони формують сам попит. Покупці мають можливість придбати хліб як на шляху додому з роботи, так і в інший зручний для них час.

Додатковою перевагою застосування фірмових торгових точок з метою покращення ефективності у збутовій діяльності на ринку хлібопекарських виробів є підвищення оборотності обігових коштів. Працюючи з готівкою, підприємство потребує значно менше оборотних коштів, у зв'язку з тим, що дебіторська заборгованість фірмових точок продажу практично відсутня. Оскільки, магазини, як правило, можуть затримувати передплату за реалізовану продукцію на досить тривалий час. Крім накопичення заборгованості у підприємства з'являється нестача оборотних коштів у розмірі додаткових зобов'язань за фактом відвантаження продукції. Наслідком цього є збільшення оборотності оборотних коштів, що призводить до збільшення рентабельності активів суб'єкта господарювання, збільшення його ліквідності та

зниження потреб в кредитуванні. Крім того, дані додаткові кошти можна спрямувати на розвиток підприємства.



Рис. 3. Рекомендовані напрямки маркетингової товарної політики хлібопекарського підприємства

Оскільки власні фірмові магазини виступають конкурентами для інших магазинів, обов'язково потрібно враховувати ефект так званого «перехресного еластичного попиту». Досягаючи певного рівня, магазини будуть змушені обмежувати замовлення хлібобулочної продукції. Цілком дублювати існуючу торгову мережу підприємствам-виробникам не вигідно внаслідок низького рівня націнки на хліб. Із запровадженням кожного наступного пункту реалізації рівень їхньої рентабельності буде знижуватися.

Тому доцільно використовувати різні форми співпраці з торговими посередниками, потенціал якого ще мало застосовується на практиці. Так, саме у сфері реалізації, не застосовуються партнерські форми взаємин. Надзвичайно актуальним стало б запровадження такого виду, як франчайзинг. Однак цей напрямок вимагає значних інвестицій у розробку франчайзингової системи. При низьких фінансових можливостях підприємств-виробників хлібопекарської продукції це їм не під силу. Більш доцільним може стати співробітництво за умов торгового представництва. Ця форма є взаємовигідною, оскільки дана торгова організація матиме змогу використовувати наявну репутацію перевіреного підприємства-виробника, пропонуючи споживачам високоякісну продукцію. Для вдосконалення співпраці підприємства на ринку товарів хлібопекарської галузі, пропонується сформуванню координовану систему, що відобразить гнучку взаємодію виробника і споживача. Основні принципи такої системи представлені на рис. 4.

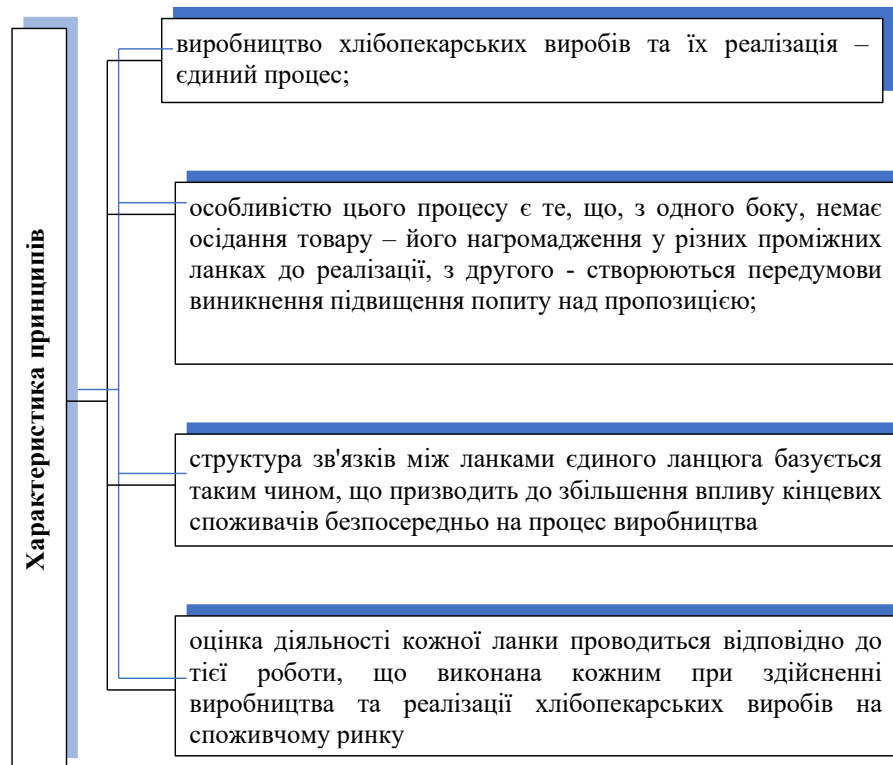


Рис. 4. Рекомендовані принципи формування координованої системи виробництва та реалізації хлібопекарських виробів

Застосовуючи головні принципи формування координованої системи з виробництва і реалізації хлібопекарських виробів розроблена модель взаємодії виробника та споживача, представлена на рис. 5.

Методологічною основою у розробці даної моделі стали теоретичні аспекти маркетингового підходу до діяльності щодо реалізації товарів підприємствами на споживчому ринку товарів та послуг. Щодо самої вибірки показників запропонованої моделі, їх змісту і структури взаємодії вихідними елементами стали основні особливості функціонування ринку хлібопекарських виробів та його суб'єктів (учасників).

Розроблена модель відображає механізм взаємодії виробника та споживача на ринку хлібопекарських виробів за допомогою спеціально створеної системи каналів розподілу, де основними каналами розподілу хлібопекарської продукції є власна торгова мережа, роздрібні торгові мережі у сільських та міських громадах та торговельно-посередницький центр.

Торгово-посередницький центр – це істотно нова форма розподілу на ринку хлібопекарських виробів, що кардинально відрізняється від фірмових торгових точок та роздрібних магазинів. Функціональне призначення та принципи діяльності торгово-посередницького центру пов'язані із забезпеченням постачання хліба та хлібопекарських виробів у малочисельні населені пункти (до 100 жителів), що знаходяться географічно віддаленими від підприємства виробника. Доцільно їх розміщувати у центральній частині визначеної місцевості, поруч з якою розташована значна кількість невеличких селищ та хуторів. Зменшення логістичного шляху до місця призначення саме торговельно-посередницького центру, дозволяє розширити мережу реалізації хлібопекарських виробів, наситити у більшій мірі потреби населення сільської місцевості в хлібопекарській продукції і збільшити обсяг продажів.

Впровадження розробленої моделі взаємодії виробників і споживачів на ринку хлібопекарських виробів стимулює активізацію маркетингової діяльності підприємств, що призводить до досягнення запланованих цілей – отримання прибутку через максимальне задоволення запитів та інтересів споживачів.

Ступінь охоплення ринку хліба різними виробниками дозволяє стверджувати наявність на даному ринку нецінової конкуренції. У цьому зв'язку рекламація виробів чи самого підприємства орієнтована на покупців та торгових посередників не завжди є головним маркетинговим засобом, що застосовується на даному ринку. Для активізації просування хлібопекарських виробів, виробники, у деяких випадках, застосовують виставку демонстраційних зразків виробів. Дана форма рекламації продукції на ринку забезпечує підприємству збільшити власну конкурентоспроможність за рахунок додаткового інформування щодо асортименту продукції, що випускається. Ця форма доступна великим виробникам (хлібокомбінатам та їх філіям), оскільки потребує певних витрат на організацію таких заходів.

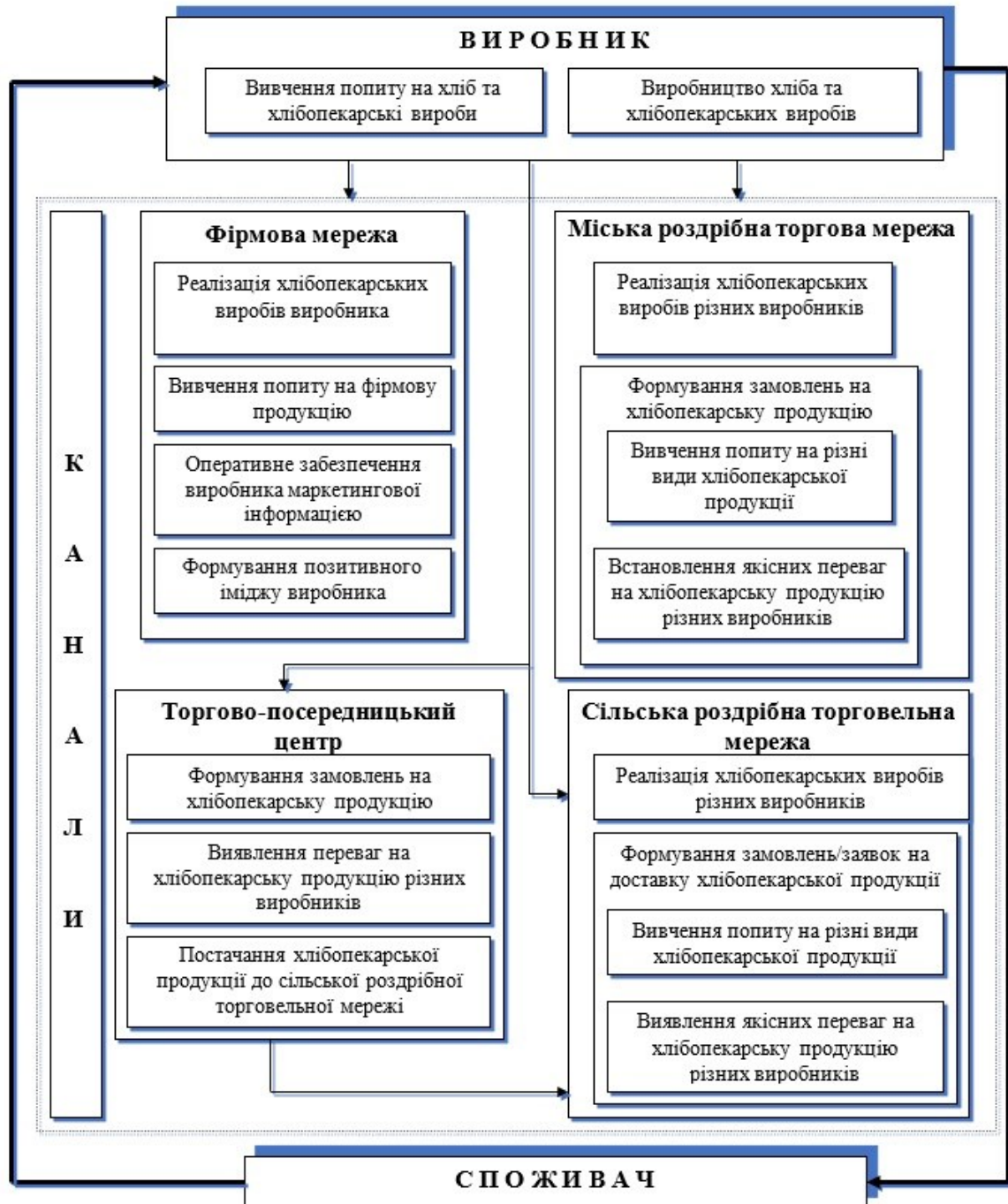


Рис. 5. Рекомендована модель взаємодії виробника і споживача на ринку хлібопекарських виробів

Згідно із зазначеним вище, підприємства, що виготовляють хлібопекарську продукцію, зобов'язані дотримуватись встановленої державою ціни щодо стандартизованої продукції, а також дотримуватись вимогам ринку, де наявний їхній товар. У цих випадках, підприємство, суттєво не впливаючи на ціну, для одержання максимальних прибутків, здійснює регулювання лише обсягами виробництва і власними витратами.

Саме скорочення витрат є основним джерелом прибутку. Управління ними ускладнюється тим, що більшість витрат залежать від зовнішніх факторів (вартість сировини, електроенергії, логістика). Зниження витрат за рахунок внутрішніх чинників підприємства, можливе при дослідженні деталізованого плану виробничої структури конкретного хлібокомбінату.

Для більш ефективної діяльності керівництву досліджуваних хлібопекарських підприємств рекомендується максимально дотримуватись принципів маркетингу, скласти програму маркетингової діяльності, більше уваги приділяти асортименту та якості хліба та булочних виробів. У першу чергу, це відноситься до тих підприємств, які орієнтуються на розширення своїх позицій на займаному ринку в умовах постійно загостреної конкуренції.

У господарській практиці, що склалася, у хлібопекарських підприємств існує безліч можливостей впливу на споживчий ринок як безпосередньо, так і опосередковано через використання розроблених стратегій. Продуктові стратегії маркетингу мають на увазі популяризацію продукту, розкриття його властивостей і за рахунок цього просування його на ринок. Вони реалізуються за допомогою використання деяких загальних стратегій і концепцій управління в поєднанні з окремими програмами, розробленими або для окремого продукту, або для продукції лінії, які в цілому пов'язані з цілями і завданнями діяльності підприємства.

Товарна номенклатура хлібопекарних підприємств складається з різних товарних ліній. При цьому під товарною лінією розуміється група хлібопекарських виробів, тісно пов'язаних між собою через схожість свого використання та призначення одним і тим же групам споживачів, а також реалізовані через одні й ті самі типи торгових підприємств у рамках одного і того ж діапазону цін.

У міру додавання нових одиниць продукції зростають витрати на розробку нових рецептур, технології випічки, інженерні розробки, на облік, переналагодження виробництва, управління виробництвом, та витрати на просування нових видів продукції на ринок (Рис. 6).

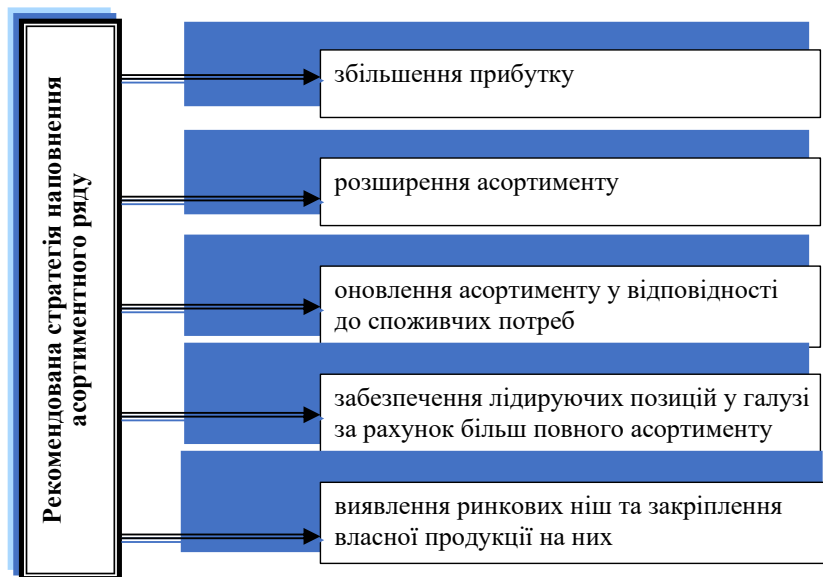


Рис. 6. Рекомендована стратегія наповнення асортиментного ряду хлібопекарської продукції для досліджуваних підприємств цієї галузі

Використання маркетингових стратегій для хлібопекарських підприємств повинно здійснюватися в комплексі відповідно до рекомендованої блок-схеми управління маркетинговою діяльністю підприємства хлібопекарської галузі. Позаяк, рекомендована блок-схема управління маркетинговою діяльністю може бути використана великими хлібопекарськими підприємствами, оскільки її впровадження вимагає наявності певного ресурсного потенціалу.

Інтенсифікація виробництва забезпечує збільшення обсягів продажу, розширення ринкової частки та підвищення прибутковості підприємств шляхом інтенсифікації наявних ресурсів та покращення технології виробництва. Щоб вирішити ці завдання, пропонується застосовувати систему управління та організації маркетингової діяльності підприємства. Рекомендовано використовувати блок-схему організації управління маркетинговою діяльністю, представлену на Рис. 7, яка у більшій мірі стосується великих хлібопекарських підприємств.

Досліджувані малі та середні підприємства хлібопекарської галузі посідають відносно не стійке ринкове місце, проте володіють стрімким потенціалом можливого подальшого розвитку. Отже, даним підприємствам доцільно застосовувати стратегію так званого «обмеженого росту», для якої характерно встановлення цілей від досягнутого, які повинні коригуватися відповідно до змін зовнішнього та маркетингового середовища.

Іншими словами, для підприємств хлібопекарської галузі пропонується обрати певну товарно-ринкову бізнес-стратегію, що забезпечить досягнення стратегії розвитку підприємства в майбутньому.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Рекомендований стратегічний набір для підприємств хлібопекарської галузі дозволяє вирішити одну з найважливіших проблем: оптимізація управлінських рішень, спрямованих вдосконалювати маркетингову діяльність підприємства. Більшість підприємств характеризуються приділенням недостатньої уваги

управлінській цінності встановлених цілей, а також, відсутністю саме стратегічних цілей. Це зумовлюється тим, що якісними цілями, насамперед, вважаються такі, як максимізація прибутку, підвищення ефективності і т.д. Пріоритетне значення повинні мати саме стратегічні цілі.

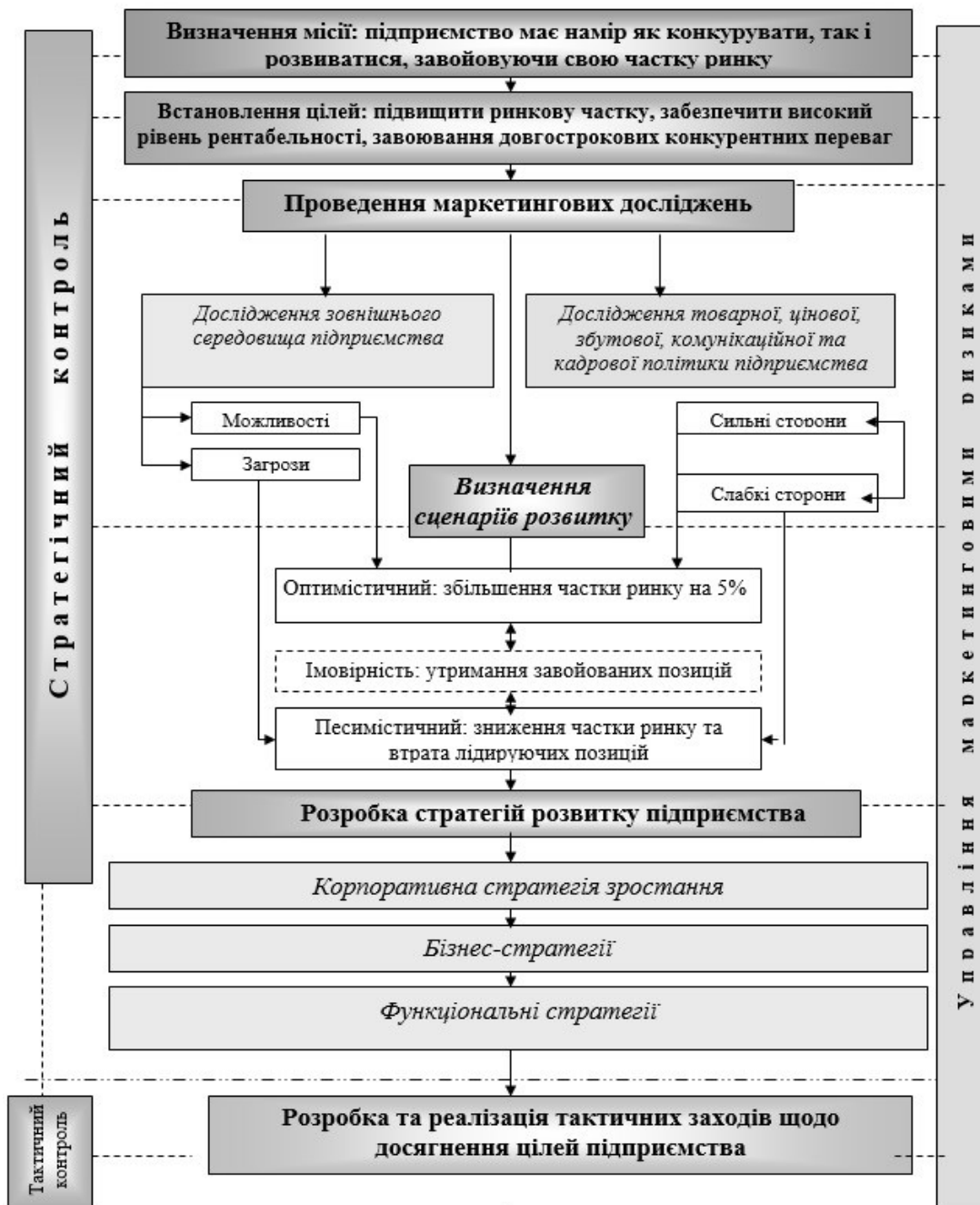


Рис. 7. Рекомендована блок-схема організації управління маркетинговою діяльністю хлібопекарських підприємств

Однак у практичній діяльності, як правило, стратегічні цілі не встановлюються. Тому, за умов маркетингової орієнтації підприємствам хлібопекарської галузі, пропонується використовувати пріоритетною концепцію стратегічних цілей, яка являє собою не тільки встановлення стратегічних намірів, а й визначення позиції підприємства у конкурентній боротьбі та зазначення цих даних у конкурентній стратегії.

Визначившись з типом стратегії, підприємствам хлібопекарської галузі рекомендується першочергово вирішити, чи дане підприємство буде проєктивним, де основою є цілеспрямовані дії, або реактивним, що передбачатиме реакцію даного підприємства на форсмажорні обставини, або ж, можливо, підприємство стане комплексним, поєднавши у собі перший та другий тип.

Незважаючи на вибір тої чи іншої стратегії, підприємствам хлібопекарської галузі рекомендується забезпечувати власну соціальну адаптацію, на основі якої вибирати конкурентні стратегії. Даний підхід у

повній мірі дозволить досягнути два важливих аспекти: задовільнить потреби споживача та виділить реакцію конкурентних переваг.

Подальші наукові пошуки доцільно зосередити навколо аспектів обґрунтування стратегії розвитку підприємств хлібопекарської галузі.

Література

1. Бетлій М. Г., Бородіна О. М. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції. Ін-т економіки та прогнозування НАН України. Ужгород : ІВА, 2006. 496 с.
2. Гевчук А. В., Поліщук Н. В., Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М. Маркетинг. Вінниця, 2019. 290 с.
3. Ключан В. В. Сталий розвиток та концентрація виробництва сільськогосподарських підприємств. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. 2013. Вип. 137. С. 117–125
4. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посіб. Київ : «НВП «Інтерсервіс», 2019. 368 с.
5. Маркетинг-мікс та його складові. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/marketing/so-take-marketing-miks>
6. Нетяжук М. В. Економічний механізм регулювання розвитку хлібопекарної промисловості: Автореф. дис. канд. економ. наук. Київ, 2005. 18 с.
7. Опря О. А. Розвиток ринку хлібобулочних виробів : автореф. дис. канд. економ. наук. Київ, 2006. 13 с.
8. Палковський Є. С. Методика оцінки якості маркетингової стратегії підприємства в конкурентному середовищі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 4, Том 3, (284). С. 37–41.
9. Робул Ю. В. Теоретичні основи функціонування та розвитку маркетингових систем. Дніпро, 2020. 315 с.
10. Соловійов І. О., Мурзак О. О. Маркетингові аспекти діяльності суб'єктів ринку хлібобулочних виробів. Економіка АПК. 2005. № 2. С. 100–106.
11. Ставицький О. В. Державне управління підприємствами хлібопекарської галузі України та напрями підвищення ефективності їх діяльності. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2011. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2011_9_10.

References

1. Betlii, M. H., Borodina, O. M. (2006). Ukraine's agricultural sector on the path to European integration. Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine. Uzhhorod: IVA. 496 p.
2. Gevchuk, A. V., Polishchuk, N. V., Tanasyichuk, A. M., Polishchuk, I. I., Gromova, O. E., Bondarenko, V. M. (2019). Marketing. Vinnytsia. 290 p.
3. Klochan, V. V. (2013). Sustainable development and concentration of production of agricultural enterprises. Bulletin of the Petro Vasylenko Kharkiv National Technical University of Agriculture: Economic Sciences. Vol.137. pp.117-125.
4. Kochkina, N. Yu. (2019). Marketing management: textbook. Kyiv: Interservice. 368 p.
5. Marketing mix and its components. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/marketing/so-take-marketing-miks>
6. Netyazhuk, M. V. (2005). The economic mechanism of regulation of the baking industry. Ph.D. Thesis, Economy, Kyiv, Ukraine. 18 p.
7. Oprya, O. A. (2006). Development of the market of bakery products. Ph.D. Thesis, Economy, Kyiv, Ukraine. 13p.
8. Palkovsky, E. S. (2020). Methods for assessing the quality of marketing strategy of the enterprise in a competitive environment. Herald of Khmelnytskyi National University: Economic Sciences. №4, Volume 3, (284). pp. 37-41.
9. Robul, Yu. V. (2020). Theoretical bases of functioning and development of marketing systems. Dnipro. 315p.
10. Solovyov, I. O., Murzak, O. O. (2005). Marketing aspects of the business market of bakery products. Ekonomika APK. Vol. 2. pp. 100–106.
11. Stavitsky, O. V. (2011). Public Enterprise Management baking industry in Ukraine and ways to increase their performance. Public administration: improvement and development. Vol. 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2011_9_10.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-22>

УДК: 338.244-027.555

Володимир ЛИСЮК

Рівненський інститут слов'янознавства

<https://orcid.org/0000-0002-3805-6937>

e-mail: lysyukrivne@gmail.com

ПРИНЦИПИ СИСТЕМНОСТІ В ДОСЛІДЖЕННІ ЕВОЛЮЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ

З розвитком демократії та громадянського суспільства спостерігається еволюційний розвиток публічного управління, перехід від традиційного бачення державного управління як організуючого й регулюючого впливу держави на суспільну життєдіяльність людей з метою її упорядкування, збереження або перетворення, що спирається на її владну силу, до нових його моделей, а саме: New Public Management («новий публічний менеджмент», «нове суспільне управління»), теорія суспільно-політичних мереж (Social-Political Networks), концепцій Governance та New Governance, які стали відповіддю на кризисні явища в управлінні державою, побудованої на принципах бюрократії, ієрархічної організації, централізації.

На основі системності дослідження публічного управління аргументуємо, що публічне управління – це форма практичної реалізації діяльності органів всіх галузей державної влади (законодавчої, виконавчої, судової) з вироблення і здійснення регулюючих, організуючих і координуючих впливів на всі сфери суспільства, зокрема, на національну економіку.

Ключові слова: модель «належного врядування», модель «суспільних політичних мереж», «новий публічний менеджмент», «публічне адміністрування», «публічне управління», системність.

Volodymyr LYSYUK

Rivne Institute of Slavonic Studies

SYSTEMATIC STUDY OF PUBLIC ADMINISTRATION OF THE NATIONAL ECONOMY

With the development of the democracy and civil society there is an evolutionary development of public administration, the transition from the traditional vision of public administration as organizing and regulating the influence of the state on public life in order to organize, maintain or transform, based on its power, to its new models, namely: New Public Management ("new public management", "new public administration"), the theory of socio-political networks (Social-Political Networks) and the concepts of Governance and New Governance, which were a response to the crisis in government based on the principles of bureaucracy, hierarchical organization and centralization. New Public Management involves privatization and the elimination of the excessive regulation, removing the single structure outside or autonomy of the individual administrative units, introducing elements of competition in administrative activities, as well as borrowing management methods from the private economy to the public administration sector. The concept of socio-political networks (Social-Political Networks) defines approaches to improving the management of public affairs based on the formation of a set of integrated state and non-state entities in various spheres of public life, their interaction based on common interest, resource dependence, horizontal formal and informal relations. According to the concept of Governance, the emphasis is on creating a transparent and democratic mechanism for the formation and implementation of management decisions. The essence of the concept of governance "Good Governance" is to involve all social institutions in the management: the state, the private sector and civil society. Based on the systematic study of public administration, we argue that public administration is a form of practical implementation of the activities of all branches of government (legislative, executive, judicial) to develop and implement regulatory, organizing and coordinating influences on all spheres of society, including the national economy.

Key words: system, "public administration", "new public management", model of "public political networks", model of "good governance".

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В статті обґрунтовується необхідність та розкривається сутність методологічного принципу системності в дослідженні публічного управління, досліджується процес трансформації державного управління в сучасні моделі державного регулювання (управління), аналізується співвідношення понять «ієрархічне управління», «публічне адміністрування», «публічне управління» та його моделі: «новий публічний менеджмент», «модель Networks», «належне врядування».

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі досі не сформовано сталого та загально визнаного визначення державного управління, недостатньо проаналізовано публічне врядування в теоріях Governance, New Governance, не визначено межі публічного управління в теоріях Governance, Networks, не досліджено можливості їх впровадження в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню системності та його впливу на сутність та еволюцію публічного управління присвячено наукові праці вчених В. Авер'янова, О. Андрійка, Г. Атаманчука, В. Бакуменка, В. Баштаніка, Т. Безверхнюк, О. Бейко, К. Богуславської, О. Босак, В. Вакулєнко, А. Васіна, Р. Вульфівича, І. Грицяка, А. Гордієнко, В. Козака, Т. Коломієць, О. Катуюкова, А. Мельник, М. Міненко, О. Оболенського, М. Пасічника, В. Цветкова, Ю. Шарова, О. Якубовської та ін.

Так, Міненко М.А. – сучасний дослідник публічного управління – розкриває співвідношення державного управління, публічного адміністрування, публічного управління, нового публічного

менеджменту та належного врядування [8, с. 9].

Босак О.З. розкриває суть, причини, що обумовлюють перехід від теорії «ідеальної бюрократії» М. Вебера до публічного адміністрування [9, с. 77-78], Дзундзюк В.Д. аналізує публічне адміністрування у вузькому та широкому розумінні [10].

Д. Кіллінг [11], Г. Букерт [12], розглядаючи публічне управління, визначають його як пошук найефективнішого використання ресурсів для досягнення пріоритетних цілей державної політики; як діяльність, що тісно пов'язана з політикою, законом і громадянським суспільством.

К. Поллітт пропонує розглядати публічне управління як діяльність державних службовців і політиків, як структури і процедури державної влади і як системне вивчення діяльності структур або процедур [13, р.12-13].

Пасічник М.В., досліджуючи концепцію New Public Management, визначає її як модель державного управління, в основу якої покладено запозичення методів корпоративного управління [15]. Трофімова І.М. зазначає, що дана концепція передбачає децентралізацію управління за рахунок розширення повноважень і відповідальності органів місцевого самоврядування [16].

К. Богуславська [19], В. Козак [20], О. Котунов [21], досліджуючи суть та особливості мережевого підходу, обґрунтовують необхідність його впровадження в Україні, шляхи подальшого його розвитку.

Розкриття суті особливостей концепції Good Governance досліджуються в працях А. Колодій [22], І. Радіонової, Т. Усік [23] та ін. Концепція Good Governance трактується ними як механізм забезпечення функціонування суспільства як цілісної саморегульованої системи, спосіб реалізації публічної влади.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

У дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених системним особливостям переходу від державного управління до публічного регулювання, еволюційному розвитку його форм залежно від суспільних перетворень не приділено достатньої уваги.

Формування цілей статті

Дослідити процес трансформації державного управління в сучасні моделі регулювання, їх позитивні сторони та недоліки, запропонувати авторське визначення публічного управління, яке втілює результати еволюції моделей державного управління.

Виклад основного матеріалу

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі досі не сформувалося сталого та загально визначеного визначення державного управління. Огляд наукових праць вчених в даній сфері призводить до виокремлення наступних трактувань публічного управління (табл. 1).

Таблиця 1

Наукові трактування публічного управління

Автор (праця)	Основний зміст наукової позиції автора
В. Цветков [1]	«Державне управління – це форма практичної реалізації виконавчої влади», це «основний різновид соціального управління, що характеризується наступними найхарактернішими ознаками: <ul style="list-style-type: none"> ✓ державне управління це передусім соціальне, політичне явище; ✓ державне управління та державні органи, що здійснюють його функції, є складовою єдиного механізму державної влади; ✓ державне управління – це процес реалізації державної влади, її зовнішнє матеріалізоване вираження і поза ним вона не існує. Зміст влади найяскравіше виявляється у державному управлінні.
Г. Атаманчук [2]	«Управління – це цілепокладаючий (свідомий, навмисний, продуманий), організуючий й регулюючий вплив держави на образ мислення, на суспільну життєдіяльність людей з метою її впорядкування, збереження або перетворення, що спирається на його владну силу».
В. Курашвілі [3]	Державне управління це «діяльність усього державного апарату по регулюванню суспільних відносин, по управлінню як суспільними, так і його власними справами».
В. Авер'янов [4]	Державне управління – це «діяльність особливого роду, зміст якої полягає у виконанні правових актів шляхом різних форм організуючого впливу на суспільні явища й процеси»
А. Мельник [5]	Державне управління це організаційно-регулююча діяльність держави (через систему її органів і посадових осіб), що спрямована на сфері і галузі суспільного життя, які потребують її певного втручання
Т. Коломоєць [6]	Державне управління потрібно аналізувати у вузькому та широкому розумінні. У вузькому розумінні державне управління – це сукупність державних органів, між якими певним способом розподілені різні види діяльності держави. У широкому розумінні державне управління – це вид соціального управління, специфічної діяльності держави, що виявляється у функціонуванні її органів, які впливають на суспільні відносини з метою врегулювання відповідно до державних інтересів.
М. Райт [7]	Державне управління: 1. Це спільні зусилля певної групи в контексті держави. 2. Охоплює всі три гілки влади – виконавчу, законодавчу, судову, а також їхній взаємозв'язок. 3. Виконує важливу роль у формуванні державної політики, а також є частиною політичного процесу. 4. Істотно відрізняється від приватного управління. 5. Тісно пов'язане із численними приватними групами й окремими індивідами в забезпеченні громадських послуг». «Традиційно, державне управління, – пише Г. Райт, – вважають виконавчим аспектом урядування. Воно нібито складається з усіх видів діяльності, які потрібні для здійснення курсу вибраних посадових осіб, а також діяльності, яка оцінюється з розвитку цих курсів».

*Складено автором за розглянутими джерелами

З позиції системності слід досліджувати процес трансформації державного управління в сучасні моделі державного регулювання (управління), проаналізувати співвідношення понять «ієрархічне управління», «публічне адміністрування», «публічне управління» та його моделі: новий публічний менеджмент, модель Networks, належне врядування [8, с. 9].

Запропонована М. Вебером теорія «ідеальної бюрократії», яка була базовою для системи державного управління, вже у другій половині минулого століття зазнала значної критики, об'єктом якої стали «нелюдність» бюрократії, її байдужість до потреб працівника, неповоротливість та негнучкість адміністративних структур. М. Вебер вважав, що можна побудувати суспільство і забезпечити його ідеальне функціонування за допомогою спеціальних управлінських організацій-бюро із суворою ієрархічною підлеглистю, які розглядаються як форма влади демократичного управління й умовою ефективного функціонування яких є дотримання:

- ✓ чіткого поділу праці на основі функціональної спеціалізації і відповідальності між співвідпорядкованими бюро;
- ✓ чіткої ієрархії влади;
- ✓ системи правил, що визначають поведінку кожного члена організації;
- ✓ ігнорування особистих якостей у взаємовідносинах між співробітниками організації;
- ✓ відбору і просування по службі працівників з урахуванням їх кваліфікації;
- ✓ «соціальної» дистанції між керівниками і виконавцями.

У теорії М. Вебера термін «бюрократія» використовується як синонім слів «управління», «адміністрування», що означало організовану систему управління, в якій справи вирішуються компетентними службовцями на належному професійному рівні й у повній відповідності до законів та правил. Вчений розглядав бюрократію як професіоналізм у сфері менеджменту, що виключає дилетантизм і який, на його думку, передбачає заміну «харизматичного» лідера, що характеризується перш за все яскравими індивідуальними рисами, на бюрократичного лідера, який володіє певними адміністративними навичками. Висока точність виконання робіт, суворі дисципліна, стабільність персоналу та відповідальність запорука ефективності управління.

Результати впровадження моделі М. Вебера засвідчили, що впровадженням тільки чіткої управлінської ієрархії та дотримання жорстких правил неможливо істотно підвищити ефективність управління. «Формальна знесобленість» і зосередженість працівників на вдосконаленні операцій роботи не дали змоги максимально ефективно розв'язати проблему підвищення продуктивності праці в державному секторі [9].

Велика кількість державних установ, невисока якість наданих ними публічних послуг, низька продуктивність праці в державному секторі обумовили початок процесу заміни механізму управління, що базувався на застосуванні владних повноважень, чітких бюрократичних процедур на ринкові – «наказувати і контролювати» на «мотивувати та отримувати результат». В центрі уваги стає людина. Людський фактор вважається основним елементом ефективності управління.

У державному секторі «бюрократична модель» трансформувалася в «ринкову модель»: акценти змінилися з виконання робіт за інструкціями і чіткими правилами на роботу, що спрямована на надання якісних публічних послуг та досягнення ефективних результатів. Це спонукало до того, що державне управління спочатку трансформувалось в публічне адміністрування, а з часом у публічне управління.

Основними політичними, соціальними, економічними та інституційними чинниками, що зумовили перехід до публічного адміністрування, були:

- ✓ вимоги суспільства до зменшення кількості та підвищення продуктивності діяльності державних установ;
- ✓ необхідність впровадження ринкового стилю управління;
- ✓ потреби в децентралізації владної вертикалі;
- ✓ доцільність фокусування уваги на результатах, а не на процедурах [9].

На думку В.Д. Дзюндзюк, публічне адміністрування слід розглядати у вузькому та широкому розумінні. У вузькому розумінні публічне адміністрування пов'язано із виконавчою гілкою влади і розглядається як професійна діяльність державних службовців, яка включає всі види діяльності, спрямовані на реалізацію рішень уряду, вивчення, розробку та впровадження напрямів урядової політики. У широкому сенсі під публічним адмініструванням слід розуміти всю систему адміністративних інститутів із ієрархією влади, за допомогою якої відповідальність за виконання державних рішень спускається зверху донизу. Таким чином публічне адміністрування – це скоординовані групові дії з питань державних справ, які:

- ✓ пов'язані із трьома гілками влади (законодавчою, виконавчою та судовою);
- ✓ мають важливе значення у формуванні державної політики;
- ✓ є частиною політичного процесу;
- ✓ значно відрізняються від адміністрування в приватному секторі;
- ✓ пов'язані із багаточисельними приватними групами та індивідами, які працюють у різних компаніях та громадах [10].

У 1972 р. концепція публічного адміністрування поступається місцем публічному управлінню,

завдяки упровадженню англійським державним службовцем Д. Кіллінгом терміну публічне управління (Public Management). На думку Д. Кіллінга, «публічне управління – це пошук як найефективнішого використання ресурсів задля досягнення пріоритетних цілей державної політики» [11, р. 15]. «Публічне управління, – наголошує Г. Букерт, – не є нейтральним, технічним процесом, натомість це діяльність, що тісно пов'язана з політикою, законом і громадянським суспільством» [12, р.26].

К. Поллітт стверджує, що термін «публічне управління» потрібно розглядати щонайменше в трьох основних значеннях:

- ✓ діяльності державних службовців і політиків;
- ✓ структури і процедури органів державної влади;
- ✓ системного вивчення діяльності, структур або процедур [13, р.12-13].

З розвитком демократії та громадянського суспільства в більшості розвинених країн спостерігається подальший еволюційний розвиток публічного управління, перехід до нових його моделей. Так, у 80-і роки ХХ ст. формується нова модель публічного управління – New Public Management («новий публічний менеджмент», «нове суспільне управління»). Дана модель стала відповіддю на кризисні явища в управлінні державою, побудованої на принципах бюрократії, ієрархічної організації, централізації, стабільності організації державної служби.

Існують два теоретичних підходи до визначення коренів концепції New Public Management (NPM):

- ✓ теорія суспільного вибору (public choice);
- ✓ теорія менеджменту.

Автори реформістських концепцій у руслі теорії public choice намагаються обмежити вплив бюрократії на політику шляхом підвищення конкурентного тиску на сферу громадянського управління і тим самим посилення позицій громадян. У рамках реформістського підходу на основі теорій менеджменту ставка робиться на розширення свободи дій бюрократії шляхом скасування обмежень і посилення економічних стимулів

New Public Management – це сукупність адміністративно-політичних стратегій реформування, в основу якої покладено переважно тлумачення адміністративної діяльності крізь призму приватної економіки.

Модель реформування NPM передбачає:

- ✓ приватизацію й усунення надмірного рівня регулювання;
- ✓ винесення за межі єдиної структури або ж автономізація окремих адміністративних підрозділів;
- ✓ запровадження елементів конкуренції в адміністративну діяльність, а також запозичення методів менеджменту зі сфери приватної економіки в сектор громадського управління.

Концепція «новий публічний менеджмент» запозичує методи управління, які застосовуються як у некомерційних організаціях, так і в бізнесі, у практиці корпоративного управління, які орієнтовані на підвищення ефективності та гнучкості прийняття управлінських рішень, зниження ієрархічності державного апарату, делегування повноважень з вищого рівня на нижчі, посилення механізмів зворотного зв'язку. На думку М.В. Пасічника, модель New Public Management – це модель державного управління, в основу якої покладено запозичення методів корпоративного управління, які застосовують у бізнесі та комерційних організаціях [14].

Розглядаючи концепцію New Public Management, І.М. Трофімова зазначає, що дана концепція передбачає децентралізацію управління за рахунок розширення повноважень і відповідальності органів місцевого самоврядування. Основне завдання уряду полягає у наданні місцевим спільнотам можливості самостійно розв'язувати власні проблеми та контролювати якість наданих ними публічних послуг. Разом з цим, дана модель публічного управління недостатньо враховує роль соціально-політичної участі та взаємодії [15].

Основа концепції Нового державного менеджменту (New Public Management) становлять ринкові моделі регулювання. Ринкова модель поведінки вважається прийнятною для державних службовців усіх рівнів. Мотивація й оцінка їх діяльності будується так, ніби вони учасники операцій на ринку. Сама структура організації управління публічним сектором розглядається за аналогією зі структурою організації бізнесу.

Основними концептуальними засадами New Public Management є:

- ✓ орієнтація на результати при ухваленні державно-управлінських рішень, а саме: ефективність, результативність, рентабельність та якість послуг.
- ✓ скорочення управлінських витрат штату, ресурсів та урядових функцій шляхом приватизації та інші ринкові механізми;
- ✓ зменшення сфери управлінського контролю шляхом дерегуляції, прозорості і відкритості діяльності державного сектору, удосконалення механізмів звітування та моніторингу;
- ✓ відокремлення функцій закупівлі суспільних товарів від функцій їх безпосереднього надання, створення та заохочення систем постачання суспільних товарів і послуг альтернативним бюрократичним, запровадження ринкових конкурентних механізмів у державному секторі;

- ✓ децентралізація, деконцентрація сфери державного управління, впровадження принципу субсидіарності;
- ✓ створення конкурентної основи діяльності органів державної влади, перетворення громіздких бюрократичних структур у напіваавтономні агентства, що характеризуються високим ступенем мобільності, конкурентоспроможності та креативності;
- ✓ зміна традиційного правового статусу державних службовців шляхом упровадження строкових контрактних форм прийняття персоналу, продовження яких залежить від результатів виконаної роботи, надання державним менеджерам більшої свободи у виборі засобів для досягнення поставлених цілей та посилення їх особистої відповідальності;
- ✓ перехід від контролю на «вході» за вкладеними ресурсами і бюрократичними процедурами й регламентами до введення чітких індикаторів оцінки кінцевих результатів діяльності як організації в цілому, так і окремих працівників для безпосередніх споживачів суспільних послуг, систематична оцінка успішності впровадження урядових програм [16, р. 135-150; 13, р.12-13; 17, с. 72-73].

Формування державного механізму на даних засадах демонструє перенесення акцентів зі структури і процесу управління на його результати. При цьому основним напрямом змін в управлінні суспільним розвитком визначено зменшення державного сектору та перехід до ринково орієнтованих управлінських механізмів.

В пошуках подальших ефективних управлінських моделей в науці, практиці державного управління формується теорія суспільно-політичних мереж (Social-Political Networks).

Концепція суспільно-політичних мереж (Social-Political Networks) визначає підходи до вдосконалення управління публічними справами на основі формування певної сукупності інтегрованих державних та недержавних утворень у різних сферах суспільного життя, їх взаємодію на підставі спільного інтересу, ресурсної залежності, горизонтальних формальних і неформальних відносин. Дана концепція зорієнтована на спільне розв'язування суспільно значущих проблем за допомогою пошуку компромісу інтересів.

Мережевий підхід до державного управління (Social-Political Networks) передбачає розгляд державних інститутів як рівноправних елементів управлінської системи, які взаємозалежні і тісно взаємодіють з громадськими та приватними агентами, залученими до процесу управління та реалізації політичних рішень, на засадах координації інтересів і пошуку варіантів задоволення всіх сторін колективних дій.

Досліджуючи різноманітні типології мереж, К. Богуславська виділяє і аналізує три базових типи мереж: ланцюгову, зіркоподібну, загальноканалну, визначає три шляхи подальшого розвитку мережевого підходу. Перший шлях пов'язується з поєднанням мережевого підходу з теорією ігор та теорією обміну. Другий шлях передбачає широке залучення в мережевий аналіз математичних та графічних методів. Третій шлях – удосконалення кейс-досліджень [18, с.407, 412].

В. Козак розглядає застосування управлінських принципів мережевого підходу як інструментів успішної модернізації публічного управління в Україні [19, с. 19].

О. Котуков визначає основні кроки наближення державного управління в Україні до кращих європейських стандартів [20, с. 126].

З розвитком демократії та громадянського суспільства у 80-і роки ХХ ст. в більшості розвинених країн здійснюється перехід до нових моделей публічного управління (регулювання) концепцій Governance та New Governance.

За концепцією Governance акцентується увага на створенні прозорого та демократичного механізму формування та реалізації управлінських рішень. При цьому припускається, що сама така – прозора та демократична – процедура не може спричинити неефективне використання національних ресурсів. А власний економічний результат – добробут, стабілізація цін, курсів валют, продуктивність – розглядаються як похідні від якості управління.

Концепція Governance передбачає особливе (альтернативне) до традиційного оцінювання управління національною економікою. В 1997 р. у межах програми розвитку ООН з'явилась концепція публічного врядування (Good Governance). Синонімами поняття «Good Governance» є терміни «демократичне врядування», «нове врядування», «досконале врядування», «добре врядування», «належне врядування», «етичне та прозоре врядування», «ефективне врядування», «мережеве врядування». Звідси, «Належне врядування» («Good Governance») трактується як управління, що відповідає вимогам демократичного, відкритого та справедливого суспільства та регулює взаємовідносини між офіційними інституціями державної влади та недержавними колами (бізнес, громадськість) [8, с.20-22].

А. Колодій вважає, що термін «Good Governance» має три основних способи вживання, а саме:

- ✓ «політичне врядування» – врядування як правління, здійснення влади;
- ✓ «системне (суспільне) врядування» як різні способи суспільного впорядкування в сукупності трьох основних моделей: ринків, владних ієрархій і мереж;
- ✓ «нове (публічне) врядування» як сучасний тип горизонтальної, мережевої організації управління суспільством [21].

Джерелами виникнення концепції «Good Governance» були концепції New Public Management (новий публічний менеджмент) та Networked Government (система державних інституцій, які взаємодіють між собою у визначених сферах політики та на основі ресурсної залежності з метою досягнення згоди з проблеми, у розв'язуванні якої всі зацікавлені).

Сутність концепції врядування «Good Governance» полягає у залученні до управління всіх соціальних інститутів: держави, приватного сектору, громадянського суспільства. Вона базується на наступних положеннях:

- ✓ децентралізації системи державного управління, розвитку партнерства з бізнесовими структурами та взаємодії з громадськістю;
- ✓ переході від адміністрування розвитку соціуму до надання йому послуг;
- ✓ професіоналізації державної служби;
- ✓ переходу від уніцентричної до багатоцентричної системи державного управління.

На теоретичному рівні «Good Governance» виступає як середовище співпраці багатьох сторін – стейкхолдерів проблем. На практичному рівні визначається як сума безпосередніх партнерських взаємовідносин громади, публічного та приватного секторів у процесі планування та управління справами регіону.

Слід відмітити, що Світовий банк використовує концепцію «Good Governance» при наданні позик країнам третього світу. Управління в рамках «Good Governance» має демократичний характер і будується на основі принципів поділу влади, народовладдя, виборності і змінюваності вищих посадових осіб, підзвітності інститутів виконавчої влади, верховенства права, політичного плюралізму і транспарентності, партисипативності, незалежності засобів масової інформації. Тобто «Good Governance» – це механізм забезпечення функціонування суспільства як цілісної саморегульованої системи, спосіб реалізації публічної влади, завдяки якому досягаються:

- ✓ відповідність публічної політики потребам суспільного розвитку;
- ✓ реальна участь громадян у виробленні та реалізації публічної політики;
- ✓ об'єднання потенціалу всіх трьох секторів (влада, бізнес, громадськість);
- ✓ постійний контроль різних сегментів суспільства за публічною владою.

Аналіз результатів урядування на засадах Governance, здійснюваний Світовим банком, спирається на специфічні індикатори для оцінювання таких явищ, як:

- ✓ свобода вибору влади та її підзвітність громадянам (voice and accountability);
- ✓ політична стабільність та ймовірність дестабілізації уряду насильницькими методами (political stability and absence of violence);
- ✓ здатність уряду створювати якісні державні послуги (government effectiveness);
- ✓ якість регуляторної політики включно з нормативною базою для приватного сектору (regulatory quality);
- ✓ верховенство закону в реалізації майнових прав громадян, правосуддя, обмеження злочинності (rule of law);
- ✓ успішність боротьби з корупцією та обмеження можливостей використання влади в приватних цілях (control of corruption) [22].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, на основі системності дослідження публічного управління аргументуємо, що сучасним уявленням, які втілюють результати еволюції моделей державного управління, відповідає наступне визначення публічного управління: публічне управління – це форма практичної реалізації діяльності органів всіх галузей державної влади (законодавчої, виконавчої, судової) з вироблення і здійснення регулюючих, організуючих і координуючих впливів на всі сфери суспільства, зокрема, на національну економіку, при взаємодії з громадянами та інститутами громадянського суспільства з урахуванням глобалізаційних процесів. Публічне управління – це постійно еволюціонуючий процес, який потребує взаємозв'язку між існуючими та новими інститутами, створеними внаслідок змін в глобальному середовищі.

Література

1. Реформування державного управління в Україні: проблеми і перспективи / за заг. наук. ред. В.В. Цветкова. Київ : Оріяни, 1998. 364 с.
2. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. Москва : Юрид. лит-ра, 1997. 400 с.
3. Курашвили Б.П. Очерки теории государственного управления. Москва : Наука, 1987. 294 с.
4. Державне управління: теорія і практика / за заг. ред. В.Б. Авер'янова. Київ : Юрінком Інтер, 1998. 432 с.
5. Мельник А. Управління державне. Екон. енциклоп. : у трьох томах. Т. 3 / Редкол. : С.В. Мочерний. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. С. 737–738.

6. Коломоєць Т.О. Адміністративне право України. Академічний курс : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2011. 576 с.
7. Райт Г. Державне управління. Київ : Основи, 1994. 191 с.
8. Міненко М.А. Публічне управління: теорія та методологія : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 404 с.
9. Босак О.З. Публічне управління як нова модель управління у державному секторі. *Державне управління: теорія та практика*. 2010. № 2. URL: www.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2010_2/txts/10bozuds.pdf. (дата звернення 20.05.2022).
10. Дзюндзюк В.Б. Публічне адміністрування в Україні : навч. посіб. М. Мельтюхова, Н.В. Фоміцька ; за заг. ред. проф. В.В. Корженка, Н.М. Мельтюхової. Харків : Хар. РІНАДУ, 2011. 306 с.
11. Keeling D. *Management in Government*. London: Allen&Unwin, 1972.
12. Bouckaert G. *Modernizing the Rechtsstaat: Paradoxes of the Management Agenda*. Berlin: Duncker&Humblot, 2002.
13. Pollitt C. *Public Management Reform: A Comparative Analysis*. Oxford: Univers. Press, 2004. 240 p.
14. Пасічник М.В. Механізми впровадження нового публічного менеджменту: досвід США. *Державне управління: Теорія та практика*. 2009. № 1. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej9/doc_pdf/Pasichnyk_MV.pdf. (дата звернення 20.05.2022).
15. Трофимова І.Н. Трансформація отношений центральної і місцевої влади в процесі децентралізації управління (опыт европейских стран). *ARS-ADMINISTRANDI*. 2011. № 2. С. 80–91. URL: http://ars-administrandi.com/article/Trofimova_2011_2.pdf. (дата звернення 20.05.2022).
16. Behn R.D. The New Public Management Paradigm and the Search for Democratic Acceptability. *International Public Management Journal*. 1998. Vol 1. Iss. 2. p. 135-150.
17. Мельник А.Ф. Державне управління : підручник / за ред. А.Ф. Мельник. Київ : Знання, 2009. 582 с.
18. Богуславська К. Мережевий підхід: причини виникнення, напрями дослідження мереж та їх типологізація. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2006. Вип.32. С. 402-414. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2006_32_26. (дата звернення 20.05.2022).
19. Козак В. Модернізація публічного управління на засадах мережевого підходу. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. Вип. 1. С. 14-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2018_1_4. (Дата звернення 20.05.2022)
20. Котуков О. Політико-управлінські мережі як чинник модернізації державного управління. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2014. Вип. 2. С. 119-128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2014_2_15. (дата звернення 20.05.2022).
21. Колодій А. Концепція публічного (нового) врядування в її застосуванні до демократичних і перехідних систем. *Науковий вісник «Демократичне врядування»*. 2012. Вип. 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2012_10_3. (дата звернення 20.05.2022).
22. Макроекономічна політика у макроекономічній стабілізації національної економіки : монографія / за наук. ред. проф. І. Ф. Радіонової. Київ : Університет економіки та права «Крок», 2017. 240 с.

References

1. Reformuvannya derzhavnoho upravlinnia v Ukraini: problemy i perspektyvy / za zah. nauk. red. V.V. Tsvietkova. Kyiv : Oriiany, 1998. 364 s.
2. Atamanchuk H.V. *Teoriya gosudarstvennogo upravleniya*. Moskva : Yuryd. lyt-ra, 1997. 400 s.
3. Kurashvili B.P. *Ocherki teorii gosudarstvennogo upravleniya*. Moskva : Nauka, 1987. 294 s.
4. *Derzhavne upravlinnia: teoriia i praktyka* / za zah. red. V.B. Averianova. Kyiv : Yurinkom Inter, 1998. 432 s.
5. Melnyk A. *Upravlinnia derzhavne*. Ekon. entsyklop. : u trokh tomakh. T. 3 / Redkol. : S.V. Mochernyi. Kyiv : Vydavnychiy tsentr «Akademiiia», 2002. S. 737–738.
6. Kolomoiets T.O. *Administratyvne pravo Ukrainy*. Akademichnyi kurs : pidruchnyk. Kyiv : Yurinkom Inter, 2011. 576 s.
7. Rait H. *Derzhavne upravlinnia*. Kyiv : Osnovy, 1994. 191 s.
8. Minenko M.A. *Publichne upravlinnia: teoriia ta metodolohiia* : monohrafiia. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2014. 404 s.
9. Bosak O.Z. *Publichne upravlinnia yak nova model upravlinnia u derzhavnomu sektori*. *Derzhavne upravlinnia: teoriia ta praktyka*. 2010. № 2. URL: www.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2010_2/txts/10bozuds.pdf. (data zvernennia 20.05.2022).
10. Dziundziuk V.B. *Publichne administruvannia v Ukraini* : navch. posib. M. Meltiukhova, N.V. Fomitska ; za zah. red. prof. V.V. Korzhenka, N.M. Meltiukhovoi. Kharkiv : Khar. RINADU, 2011. 306 s.
11. Keeling D. *Management in Government*. London: Allen&Unwin, 1972.
12. Bouckaert G. *Modernizing the Rechtsstaat: Paradoxes of the Management Agenda*. Berlin: Duncker&Humblot, 2002.
13. Pollitt C. *Public Management Reform: A Comparative Analysis*. Oxford: Univers. Press, 2004. 240 p.
14. Pasichnyk M.V. *Mekhanizmy vprovadzhenia novoho publicnogo menedzhmentu: dosvid SSHA*. *Derzhavne upravlinnia: Teoriia ta praktyka*. 2009. № 1. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej9/doc_pdf/Pasichnyk_MV.pdf. (data zvernennia 20.05.2022).
15. Trofimova I.N. *Transformacija otnoshenij central'noj i mestnoj vlasti v processe decentralizacii upravlenija (opyt evropejskikh stran)*. *ARS-ADMINISTRANDI*. 2011. № 2. S. 80–91. URL: http://ars-administrandi.com/article/Trofimova_2011_2.pdf. (data zvernennia 20.05.2022).
16. Behn R.D. The New Public Management Paradigm and the Search for Democratic Acceptability. *International Public Management Journal*. 1998. Vol 1. Iss. 2. p. 135-150.

-
17. Melnyk A.F. Derzhavne upravlinnia : pidruchnyk / za red. A.F. Melnyk. Kyiv : Znannia, 2009. 582 s.
 18. Bohuslavska K. Merezhevyi pidkhdid: prychny vynyknennia, napriamy doslidzhennia merezh ta yikh typolohyzatsiia. Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I.F. Kurasa NAN Ukrainy. 2006. Vyp.32. S. 402-414. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzpiend_2006_32_26. (data zvernennia 20.05.2022).
 19. Kozak V. Modernizatsiia publicznego upravlinnia na zasadakh merezhevoho pidkhodu. Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia. 2018. Vyp. 1. S. 14-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2018_1_4. (Data zvernennia 20.05.2022)
 20. Kotukov O. Polityko-upravlinski merezhi yak chynnyk modernizatsii derzhavnogo upravlinnia. Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia. 2014. Vyp. 2. S. 119-128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2014_2_15. (data zvernennia 20.05.2022).
 21. Kolodii A. Kontseptsiiia publicznego (novoho) vriaduvannia v yii zastosuvanni do demokratychnykh i perekhidnykh system. Naukovi visnyk «Demokratyche vriaduvannia». 2012. Vyp. 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2012_10_3. (data zvernennia 20.05.2022).
 22. Makroekonomichna polityka u makroekonomichnii stabilizatsii natsionalnoi ekonomiky : monohrafiia / za nauk. red. prof. I. F. Radionovoi. Kyiv : Universytet ekonomiky ta prava «Krok», 2017. 240 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-23>

УДК 330

Альбіна КУДЛАЙ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

<https://orcid.org/0000-0003-3079-1619>

e-mail: albina02062001@gmail.com

Василь БЕЛОЗЕРЦЕВ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

<https://orcid.org/0000-0003-4191-9382>

e-mail: belozertsev.v@ef.dnu.edu.ua

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ ТА АУДИТІ

У роботі проводились дослідження стосовно питання необхідності впровадження інформаційних технологій в роботі бухгалтера та аудитора. Було розглянуто позитивні та негативні наслідки у результаті впровадження автоматизованих програм. У статті порівнювались комп'ютерні програми бухгалтерського обліку та аудиту. Ми дійшли до висновку, що усі програми мають як недоліки, так і переваги. Тому, керівники підприємств самі повинні визначитись з програмою, яка є найбільш оптимальною для ведення їх господарської діяльності, а аудиторі – з програмою, яка гарантуватиме ефективне проведення аудиту.

Ключові слова: бухгалтерський облік; аудит; інформаційні технології; автоматизована обробка облікових даних.

Albina KUDLAI, Vasil' BELOZERTSEV

Oles Honchar Dnipro National University

INFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING AND AUDIT

Each company operates to maximize profits, so the main task is to reduce costs, which can be achieved by reducing production costs, increasing staff productivity, increasing control over the level of costs and more. Among these methods, the most effective over the years is the automation of accounting. Accounting is a complex system that requires accuracy, timeliness, thoroughness, analysis and planning.

The purpose of the article is to determine the need for the introduction of information technology in the organization of accounting and auditing; comparison of computer programs.

The research is based on methods of economic theory, dialectical method of scientific knowledge and general scientific methods of knowledge: methods of theoretical generalization, analysis and synthesis.

The study conducted research on the need for the introduction of information technology in the work of accountants and auditors. The positive and negative consequences of the implementation of automated programs were considered. The article compares computer programs of accounting and auditing. We have come to the conclusion that all programs have both disadvantages and advantages. Therefore, business leaders must decide on the program that is most optimal for their business activities, and auditors - with a program that will ensure effective audit.

Key words: accounting; audit; Information Technology; automated credential processing.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Кожне підприємство проводить свою діяльність з метою максимізації прибутку, тому головним завданням для цього є зменшення величини витрат, чого можна досягти за допомогою зниження собівартості продукції, підвищення продуктивності праці персоналу, підвищенням рівня контролю за рівнем витрат тощо. Серед перелічених способів впродовж років найбільш ефективним є автоматизація бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік – це складна система, яка потребує точності, вчасності, ретельності, аналізу та планування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Великий внесок у дослідження проблем впровадження інформаційних технологій на підприємстві в обліку та аудиті зробили такі вчені, як Ф.Ф. Бутинець, Л.О. Терещенко, Н.М. Хорунжак, С.В. Івахненко тощо. Не дивлячись на їх роль у вивченні даного питання, все ж у зв'язку з постійним розвитком науково-технічного прогресу дане питання потребує нових досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення необхідності впровадження інформаційних технологій в організації бухгалтерського обліку та проведенні аудиту; порівняння комп'ютерних програм.

Матеріали і методи

Основу дослідження складають методи економічної теорії, діалектичний метод наукового пізнання та загальнонаукові методи пізнання: методи теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу.

Виклад основного матеріалу

Кожна господарська операція, яка відбулась на підприємстві, потребує реєстрації, що вимагає значних витрат часу, ретельності та контролю. Впровадження автоматизації бухгалтерського обліку зменшить трудомісткість виконання господарських операцій, заповнення та реєстрації документів; отже, зменшить можливість появи помилок, забезпечить користувачів (як внутрішніх, так і зовнішніх) достовірною та обґрунтованою інформацією, яка міститься у фінансовій та інших видах звітності. Крім того, що автоматизація обліку допоможе контролювати всі операції на підприємстві, вона допоможе уникнути штрафів та податкових санкцій, які можуть зростати до масштабних розмірів. Однією з основних причин такої переваги автоматизації обліку є те, що вона дає можливість бухгалтерам та управлінському персоналу досліджувати, аналізувати та управляти технологічним процесом на підприємстві.

На сьогоднішній день доволі актуальним та суперечливим питанням є те, що у зв'язку зі швидким розвитком науково-технічного прогресу ринок праці щорічно відчуває на собі певні зміни – багато професій є під загрозою зникнення, професія бухгалтера – не виняток. Роль комп'ютерів в нашому житті тільки все більше зростає. Деякі вчені стверджують, що сьогоднішня робота, яку виконує бухгалтер на підприємстві, вже до 2030 року буде повністю виконуватись в автоматизованій формі. Проте на наш погляд, це не зовсім так, оскільки, незважаючи на те, що автоматизована програма виконуватиме всю роботу бухгалтера, все ж таки не зникає необхідність постійного контролю, аналізу та планування зі сторони бухгалтера. Тому ведення бухгалтерського обліку потребує втручання людського фактору.

Наразі ведення бухгалтерського обліку на більшості підприємств України здійснюється у напівавтоматизованому режимі – бухгалтер самостійно вводить інформацію в програму, проводить бухгалтерські документи, контролює рух активів підприємства, в тому числі й рух грошових коштів.

Важливим об'єктом бухгалтерського обліку є витрати, від рівня яких залежить прибутковість підприємства, тому вони потребують першочергового контролю. На думку Фаріона В. [1], автоматизоване ведення обліку витрат допоможе достовірно відображати усі витрати підприємства та контролювати їх (Рис. 1).

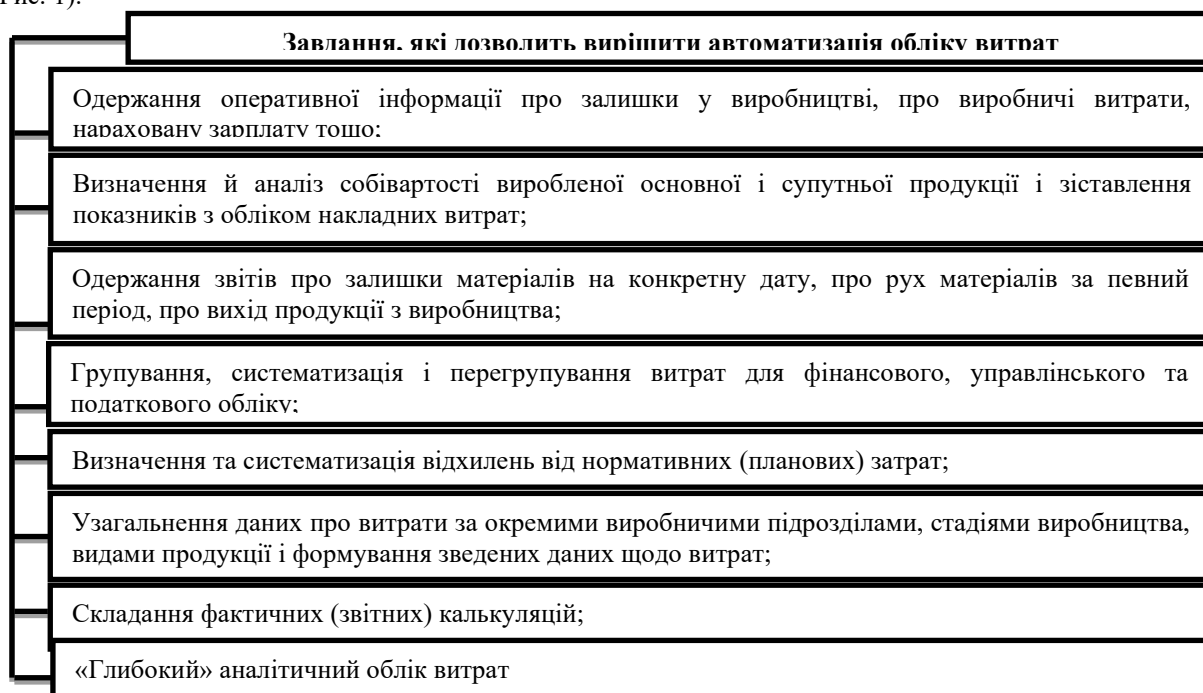


Рис. 1. Переваги автоматизації обліку витрат на підприємстві

Складено на основі [1, с.321]

Значну економію часу роботи бухгалтера забезпечує можливість автоматичного формування звітності. При цьому, це можуть бути як стандартні звіти (оборотно-сальдова відомість, відомість по товарам на складах тощо), так і фінансова звітність. Для формування звітності у програмах знаходяться шаблони різних форм.

Однією з позитивних сторін формування звітності за допомогою програмного забезпечення є автоматична перевірка звітності та виведення користувачу інформації щодо помилок при її формуванні, що підвищує якість та оперативність надання даних про фінансово-господарську діяльність підприємства користувачам.

Як і при ручному веденні обліку, перед складанням фінансової звітності у комп'ютерній програмі автоматично переносяться залишки на наступний місяць. Для цього автоматично визначаються дебетові та кредитові обороти рахунків за місяць, а також їх сальдо на кінець періоду. Після цього дані щодо сальдо на кінець періоду переносяться у початкові залишки на початок наступного звітного періоду.

Під час автоматизованого обліку інформаційні потоки розгалужуються на аналітичний та синтетичний облік. На базі аналітичного обліку формується управлінська звітність, яка є внутрішньогосподарською, оскільки її користувачами є менеджери всіх рівнів управління підприємства, а також його персонал (робітники, адміністрація). Для даного виду звітності не встановлено форм та строків. Кожне підприємство має свої правила складання управлінської звітності [8].

Не дивлячись на вид діяльності підприємства, в основному робота бухгалтера пов'язана з формуванням, обробкою та перевіркою документів. Це не лише матеріальні витрати, але й витрати часу. До того ж більшість документів мають довгі терміни зберігання, договори, підписані між підприємствами, пролонгуються, тому щорічно кількість таких документів зростає, що призводить до витрат часу на їх пошуки у разі раптової необхідності, а також витрат на їх зберігання. Впроваджуючи автоматизацію бухгалтерського обліку на підприємстві, у комп'ютерній програмі автоматично заповнюються спеціальні журнали, які дають змогу економити всі види ресурсів та контролювати правильність ведення обліку. Так, в автоматизованій програмі формуються:

- 1) журнал документів. В ньому знаходиться список документів, які були зареєстровані за звітний період. При цьому документи зберігаються в цьому журналі у послідовності їх реєстрації в програмі;
- 2) журнал проведення – містить список бухгалтерських проводок на підставі первинних документів;
- 3) журнал операцій. В ньому здійснюється поєднання журналу документів з бухгалтерськими проводками, які були сформовані на підставі цих документів.

На сьогоднішній день самими затребуваними програмами автоматизації бухгалтерського обліку є: BAS Бухгалтерія, «ПарусПідприємство», «Галактика» тощо. Конфігурації даних програм зазнають постійних вдосконалень, які пришвидшують та полегшують роботу бухгалтера. Вибір автоматизованої програми насамперед залежить від специфіки підприємства. Порівняльна характеристика наведених основних автоматизованих програм бухгалтерського обліку наведена у таблиці 1.

Отже, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що немає абсолютно ідеальної комп'ютерної програми. Кожній програмі властиві певні недоліки та переваги, тому під час впровадження автоматизованого обліку керівною ланкою обирається найбільш оптимальна програма, яка охоплюватиме усі найбільш важливі ділянки обліку на підприємстві, враховуючи специфіку його діяльності.

Зазвичай універсальні програми зосереджені на веденні обліку загалом, тому не враховують специфіки певного виду діяльності. Це спричинило необхідність у підприємств розробляти власні програми, які будуть побудовані саме під їх вид діяльності, враховуючи всі необхідні нюанси. Так, наприклад, для ведення бухгалтерського обліку на сільськогосподарських підприємствах використовуються такі популярні програми, як BAS Бухгалтерія сільськогосподарського підприємства, «MASTER: Агро», «BAS АГРО. Бухгалтерія» тощо [9].

На сьогоднішній день все більше набуває популярності комп'ютерна програма «MASTER: Агро». Модулі, з яких вона складається (у тому числі модулі: тваринництво та рослинництво), зачіпляють усі сфери не тільки бухгалтерського, але й податкового обліку.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика програм автоматизації бухгалтерського обліку

№ з/п	Функція	BAS Бухгалтерія	«Галактика»	«Парус»
1	Сфера використання	Промислові і виробничі підприємства; роздрібна, оптова, комісійна торгівля, надання послуг.	Промислові і виробничі підприємства; роздрібна торгівля, енергетика, автотранспорт, металургія	Промислові і виробничі підприємства; бюджетні організації та установи; роздрібна та оптова торгівля; надання послуг
2	Вимагає доопрацювання, дописування та налаштувань індивідуально для кожного підприємства	+	+	+
3	Синтетичний облік	+	+	+
4	«Глибокий», багаторівневий аналітичний облік	+	+	+
5	Ведення обліку одразу по декількох підприємствах	+	+	+
6	Можливість проведення валютних операцій	+	+	+
7	Можливість проведення господарських операцій в бухгалтерському обліку	+	+	+
8	Можливість проведення господарських операцій в управлінському обліку	+	+	+
9	Можливість проведення господарських операцій в податковому обліку	+	+	+
10	Існування типових документів	+	+	+
11	Потребує додаткових налаштувань для податкового обліку	-	-	+
12	Складність переносу інформації між базами	+	-	-

Складено на основі [2-4]

Не дивлячись на великий функціонал комп'ютерної програми «MASTER: Агро», варто зазначити, що більшість сільськогосподарських підприємств надають перевагу веденню обліку за допомогою конфігурації програми BAS, яка створена спеціально для ведення обліку в сільському господарстві – BAS Бухгалтерія сільськогосподарського підприємства.

Також у сільському господарстві щорічно зростає кількість користувачів сервісу Soft.Farm, в якому агроном може формувати первинні документи, що значно економить його час на відміну від власноручного формування документів. Також у цій програмі агроном може розраховувати потребу у паливно-мастильних матеріалах, добривах, насінні та інших витратах на виробництво, що забезпечить достовірний розрахунок та аналіз собівартості по відповідним сільськогосподарським культурам, а отже й зменшить витратну частину підприємства [5].

Отже, фінансова звітність є джерелом інформації про фінансово-господарську діяльність підприємства. Вона має надавати користувачам правильну та достовірну інформацію. Тому тема проведення аудиту в цій ситуації набирає актуальності.

Проведення аудиту господарської діяльності підприємства є складним процесом та вимагає науково-обґрунтованого підходу до його проведення. Проведення аудиту при автоматизованій обробці облікових даних складається з декількох процедур, їх наведено у таблиці 2.

Отже, детальніше розглянемо перевірку правильності складання звітності. Дана процедура потребує розпочати перевірку правильності формування операцій, які пов'язані з закриттям звітного періоду. При цьому порівнюються показники оборотно-сальдової відомості, а також залишки за синтетичними та аналітичними рахунками.

Для перевірки правильності формування показників фінансової звітності здійснюється порівняння показників форм фінансової звітності з показниками оборотно-сальдової відомості; здійснюється перевірка взаємопов'язаних показників, наведених у кожній з форм фінансової звітності.

Таблиця 2

Аудиторські процедури при автоматизованій обробці облікових даних за етапами формування фінансової звітності

Етапи формування звітності	Аудиторські процедури
1) Формування вхідної інформації (формування первинних документів, вивчення оперативної інформації)	1) перевірка вхідних даних: - дотримання положень облікової політики щодо оцінки, методів амортизації активів; - правильність електронного документообігу; - перевірка достовірності та повноти первинних документів, що пов'язані з рухом активів на підприємстві;
2) Реєстрація даних про господарські операції та їх обробка	2) перевірка правильності реєстрації даних у базових елементах обліку: - відповідність даних аналітичного та синтетичного обліку; - правильність складених бухгалтерських проведень за господарськими операціями, пов'язаними з рухом активів
3) Формування звітних показників (формування аналітичної та фінансової звітності)	3) перевірка вихідної інформації: - перевірка правильності заповнення звітності; - перевірка даних засобами спеціалізованого аудиторського програмного забезпечення

Складено на основі [6, ст. 221]

Відомими комп'ютерними програмами внутрішнього аналізу господарської діяльності підприємства є «ІНЕК – АДП» фірми «Інек», «БЕСТ – Аналіз» компанії «Інтелект – сервіс» та ін.

Детальніше розглянемо систему «ІНЕК – АДП». Для аудиторської перевірки дана програма використовує не тільки інформацію щодо показників з форм фінансової звітності, але й дані щодо руху грошових коштів, використання прибутку, структури отриманої підприємством виручки. Система «ІНЕК – АДП» може забезпечити наступні функції:

1) аналізує динаміку цін на продукцію, а також матеріальні ресурси, які були передані у процес її виробництва;

2) здійснює оцінку ефективності використання таких ресурсів та ефективності виробничого процесу продукції;

3) аналізує стан та рух грошових коштів;

4) здійснює факторний аналіз динаміки отриманого підприємством прибутку тощо.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

У нашій країні підприємства користуються різноманітними комп'ютерними програмами автоматизації бухгалтерського обліку. Впровадження програмного продукту на підприємстві має низку позитивних сторін. За рахунок автоматизації не тільки зменшуються витрати часу та фінансів, але й зменшується рутинність формування та реєстрація документів. При цьому зменшується кількість випадків допущення помилок, пов'язаних з формуванням цих документів та складанням бухгалтерських проведень по них, що, у свою чергу, забезпечує формування точної та достовірної інформації у фінансовій та інших видах звітності.

На сьогоднішній день аудит на підприємствах України проводиться за рахунок використання різних інформаційних систем, що позитивно впливає на якість та швидкість роботи аудитора, оскільки для проведення аудиту він, за встановлений йому конкретний термін, має здійснити перевірку великої кількості інформації щодо стану та руху майна підприємства.

Література

1. Фаріон В. Управління витратами в умовах автоматизації обліку на підприємствах спиртової промисловості / В. Фаріон // Економічний аналіз. – 2008. – Вип.3 (19). – С. 321–323.
2. 1С:Підприємство Бухгалтерія 8 - програма для ведення бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.netsoft.com.ua/bu2U.html>
3. Галактика ERP // Корпорація Галактика : веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://galaktika.ru/erp>
4. Для великих підприємств (ERP система) // Група компаній «Парус» : веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.parus.ua/ua/139/>
5. Агротехнологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.soft.farm/uk/crop-husbandry/agrotechnology>
6. Лучко М. Р. Інформаційні системи і технології в обліку й аудиті : навч. посіб. / М.Р. Лучко, О. В. Адамик / Терноп. нац. економ. ун-т. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 250 с.
7. Програма зі складання фінансового аналізу. Програми аналізу фінансового стану [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://baxili.ru/uk/business-ideas/programma-po-sostavleniyu-finansovogo-analiza-programmy-analiza.html>
8. Єлісеєва О.К. Управління дебіторською заборгованістю та фактори впливу на її якість [Електронний ресурс] / О.К. Єлісеєва, В.С. Белозерцев // European Journal of Management Issues. – 2021. – № 29 (1). – С. 3–11. – Режим доступу : <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/292>
9. Shmygol, N., Galtsova, O., Yelisyeyeva, O., Tarlopov, Belozertsev, V. Priority areas of state regulation of the industry in the context of sustainable development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2021, 915(1), 012028 (Scopus). URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/915/1/012028/pdf>

References

1. Farion V. Upravlinnia vytratamy v umovakh avtomatyzatsii obliku na pidpriemstvakh spyrtovoi promyslovosti / V. Farion // Ekonomichnyi analiz. – 2008. – Vyp.3 (19). – S. 321–323.
2. 1S:Pidpriemstvo Bukhhalterii 8 - prohrama dlia vedennia bukhalterskoho obliku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.netsoft.com.ua/bu2U.html>
3. Halaktyka ERP // Korporatsiia Halaktyka : veb-sait [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://galaktika.ru/erp>
4. Dlia velykykh pidpriemstv (ERP systema) // Hrupa kompanii «Parus» : veb-sait [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.parus.ua/ua/139/>
5. Ahrotekhnolohiia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.soft.farm/uk/crop-husbandry/agrotechnology>
6. Luchko M. R. Informatsiini systemy i tekhnolohii v obliku y audyti : navch. posib. / M.R. Luchko, O. V. Adamyk / Ternop. nats. ekonom. un-t. – Ternopil : TNEU, 2016. – 250 s.
7. Prohrama zi skladannia finansovoho analizu. Prohramy analizu finansovoho stanu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://baxili.ru/uk/business-ideas/programma-po-sostavleniyu-finansovogo-analiza-programmy-analiza.html>
8. Yelisiyeva O.K. Upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiui ta faktory vplyvu na yii yakist [Elektronnyi resurs] / O.K. Yelisiyeva, V.S. Belozertsev // European Journal of Management Issues. – 2021. – № 29 (1). – S. 3–11. – Rezhym dostupu : <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/292>
9. Shmygol, N., Galtsova, O., Yelisyeyeva, O., Tarlopov, Belozertsev, V. Priority areas of state regulation of the industry in the context of sustainable development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2021, 915(1), 012028 (Scopus). URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/915/1/012028/pdf>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-24>

УДК 330

Сергій СТЕПАНЕНКО

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-6132-328X>

e-mail: serg20105@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН З РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ

Мета статті – проаналізувати засоби грошово-кредитного регулювання економічних процесів у зарубіжних країнах із ринковою економікою. Грошово-кредитне регулювання виступає і як елемент стабілізації економічної ситуації в країні, і як одна зі складових державної політики. Для банків грошово-кредитне регулювання вважається одним із методів управління їх діяльністю зі сторони центрального банку. Визначено, що дослідження питань удосконалення грошово-кредитної політики в умовах глобалізації залишається актуальним, особливо в період реалізації антикризової економічної політики держави. Показано основні цілі та регулюючі функції окремих інструментів.

Проаналізовано використання інструментів грошово-кредитної політики закордоном в аспекті розвитку. Розглянуто тенденції розвитку, проблеми регулювання грошово-кредитної політики. Наведено аналіз особливостей середньострокової стратегії і тактики у використанні інструментів грошово-кредитного регулювання центральними банками США, Європейського Союзу в умовах фінансової кризи. Політика центральних банків є основною у формуванні фінансово-кредитної та банківської системи держав-членів ЄС і визначає стабільність євро й головні показники економічного розвитку країн. Розглянуто грошово-кредитний механізм регулювання економічних процесів, який включає сукупність форм, інструментів і методів активізації економічної діяльності, взаємовідносини та взаємодію між суб'єктами і об'єктами регулювання економічних процесів та передбачає забезпечення сталого економічного розвитку країни. Проаналізовані базові стратегії монетарної політики та широкий монетарний інструментарій грошово-кредитної політики. Окреслені основні інструменти монетарної політики: таргетування інфляції, відсоткова політика, операції на відкритому ринку, регулювання норми обов'язкових резервів, вплив на обмінний курс національної валюти. Вказано, що кредитні системи провідних зарубіжних країн за своєю структурою є досить схожими, вони мають ряд подібних ознак.

Зазначено, що відповідно до основних пріоритетів економічної політики держави важливою передумовою стійкого економічного зростання є активізація інвестиційної діяльності економічними засобами, серед яких провідна роль належить грошово-кредитній політиці.

Ключові слова: грошово-кредитні системи зарубіжних країн, грошово-кредитна політика, грошовий обіг, монетарна політика, інструменти та методи грошово-кредитної політики.

Sergii STEPANENKO

State Biotechnological University

USE OF MEANS OF MONEY-CREDIT REGULATION OF ECONOMIC PROCESSES: EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES WITH MARKET ECONOMY

The purpose of the article is to analyze the means of monetary regulation of economic processes in foreign countries with market economies. Monetary regulation acts both as an element of stabilizing the economic situation in the country and as one of the components of public policy. For banks, monetary regulation is considered as one of the methods of managing their activities by the central bank. It is determined that the study of improving monetary policy in the context of globalization remains relevant, especially during the implementation of anti-crisis economic policy of the state. The main goals and regulatory functions of individual tools are shown.

The use of monetary policy instruments abroad in the aspect of development is analyzed. Development trends, problems of monetary policy regulation are considered. An analysis of the features of medium-term strategy and tactics in the use of instruments of monetary regulation by central banks of the United States and the European Union in the financial crisis have been done. The policy of central banks is fundamental in shaping the financial and credit and banking systems of EU member states and determines the stability of the euro and the main indicators of economic development.

The monetary mechanism of economic processes regulation is considered, which includes a set of forms, tools and methods of economic activity intensification, relations and interaction between subjects and objects of regulation of economic processes and provides sustainable economic development. The basic strategies of monetary policy and broad monetary tools of monetary policy are analyzed. The main instruments of monetary policy are outlined: inflation targeting, interest rate policy, open market operations, reserve requirements regulation, and the impact on the national currency exchange rate. It is pointed out that the credit systems of leading foreign countries are quite similar in their structure, they have a number of similar features. It is noted that in accordance with the main priorities of economic policy, an important prerequisite for sustainable economic growth is the intensification of investment activities by economic means, among which the leading role belongs to monetary policy.

Keywords: monetary systems of foreign countries, monetary policy, monetary circulation, monetary policy, instruments, and methods of monetary policy.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Процеси глобалізації, які відбуваються у світовій економіці, здійснюють вплив на її різні сфери, у тому числі фінансову. Тенденції у глобалізації світового простору викликають взаємне проникнення фінансових організацій у банківські та фінансові системи різних країн. В результаті зростає

взаємозалежність різних грошових та фінансових ринків. Зміни у світовій економіці також впливають і на національну економічну політику, у тому числі на грошово-кредитне регулювання. Сучасні реалії розвитку світової економіки та новий період їх функціонування зумовлюють необхідність перегляду теоретичних засад та практичного аналізу грошово-кредитної політики.

Вивчення світового досвіду потрібне в контексті оцінки послідовності застосування інструментів макроекономічного регулювання в різних країнах під час ділового циклу, виявлення того, яким чином вони діють – паралельно для подолання циклічних коливань і протидії шокам чи компенсують дії одна одної. Це важливо для того, щоб з'ясувати, яким цілям у різних країнах підпорядковується власне координація грошово-кредитної політики. Реформування інструментарію грошово-кредитної політики держави покликане подолати найгостріші проблеми розвитку банківського сектора та грошово-кредитної сфери. Відповідно до цього на майбутній період актуальним стає вирішення питань, пов'язаних з уточненням цілей, принципів, пріоритетів грошово-кредитної політики, у тому числі в банківській системі та банківського нагляду, платіжної системи, у системі фінансових ринків.

Аналіз досліджень та публікацій

Комплекс наукових проблем, пов'язаних з розробленням та реалізацією ефективної грошово-кредитної політики привертає увагу відомих українських учених, таких як В. Базилевич, О. Барановський, В. Геєць, А. Гриценко, А. Даниленко, В. Зимовець, Б. Кваснюк, О. Яременко та ін. Проте зміни в соціально-економічному становищі країн є настільки динамічними, що потрібно постійно відслідковувати нові тенденції та аналізувати перспективи розвитку цієї сфери.

Формулювання цілей статті

Мета статті – проаналізувати засоби грошово-кредитного регулювання економічних процесів в зарубіжних країнах із ринковою економікою.

Виклад основного матеріалу

Одним із найважливіших напрямів державного регулювання економіки та фінансів є грошово-кредитне регулювання. Грошово-кредитне регулювання є комплексним впливом з боку держави на діяльність кредитних організацій з метою досягнення грошових, кредитних та інших макроекономічних показників у країні. У розвинутих ринкових економіках роль грошей в економічному розвитку зводиться переважно до стимулювання (дестимулювання) економічних агентів через зміну пропозиції грошей, що впливає на динаміку цін (на товарних і фінансових ринках) або ж на рівень процентних ставок чи валютного курсу, а можливо на всі фактори одночасно.

Грошово-кредитне регулювання є важливою сучасною складовою державного регулювання національної економіки та частиною оперативної діяльності центрального банку на макrorівні, та частиною певних вимог щодо кредитних організацій на мікрорівні. Досвід багатьох країн світу свідчить про те, що ефективне поєднання різних інструментів державного регулювання грошово-кредитної сфери дає змогу вирішити проблему тимчасової нестачі ліквідності фінансових посередників, запобігти її перетворенню на кризу платоспроможності, а також ефективно використовувати можливості для зростання та розвитку економіки як єдиного цілого.

За умов ринкової економіки грошово-кредитні системи набувають у суспільному житті особливого значення, а грошово-кредитні відносини та фінансово-кредитні інститути істотно впливають на економічні та соціальні процеси у країні. Грошово-кредитна система забезпечує ринкову систему механізмами та інструментами, які використовує держава для ефективного впливу на національну економіку [1].

Грошово-кредитна політика традиційно розглядається як найважливіший напрям економічної політики держави. Грошово-кредитна політика, будучи частиною загальнодержавної економічної політики, має бути, вписана у спільну мету розвитку національної економіки та сприяти досягненню макроекономічної рівноваги.

Держава має здійснювати ефективне управління функціонуванням економічних процесів. Для цього необхідно чітко формулювати певні цілі та конкретизувати відповідні завдання. В даний час не існує єдиної ідеальної системи формування грошово-кредитної політики, у зв'язку з тим, що інструменти регулювання значно різняться залежно від різних умов, наприклад, від стадії розвитку економіки, ступеня розвитку банківської системи та ін. При цьому у кожній державі грошово-кредитний інструментарій згодом удосконалюється та змінюється. Однак, незважаючи на відмінність умов проведення грошово-кредитної політики, існують загальні фундаментальні принципи побудови конкретних національних систем управління.

Становлення кредитних систем зарубіжних країн обумовило застосування різних моделей їх організації та функціонування. На сучасному етапі у переважній більшості країн з ринковою економікою створені й активно розвиваються дворівневі банківські системи, де на першому рівні функціонує центральний банк країни, на другому – комерційні банки. При цьому небанківські фінансові установи підпорядковуються окремому регулятору.

У деяких країнах функціонують тривірневі банківські системи, до яких входять також й кредитні інститути небанківського типу (страхові компанії, інвестиційні фонди, фінансові компанії тощо). Найбільш типовими тривірневими кредитними системами є системи Швейцарії та Японії. Слід зазначити, що до кредитно-банківської системи Німеччини, Франції, США, крім банків, входять також різні кредитні установи – Федеральне відомство нагляду за кредитною справою (Німеччина). Комітети з банківської регламентації і кредитних установ, а також Банківська комісія (Франція), Рада Керуючих Федеральної Резервної системи. Федеральний комітет відкритого ринку, Управління Контролера грошового обігу і Федеральна корпорація страхування депозитів (США) [2]. Особливістю є й те, що в США переважають приватні кредитно-фінансові інститути (акціонерні), а в країнах Західної Європи та Японії поряд з приватними значне місце посідають напівдержавні, державні і кооперативні кредитно-фінансові установи.

Соціально-суспільна функція та значимість грошово-кредитного регулювання полягає у створенні необхідних та адекватних умов для економічного розвитку держави, згладжуванні несприятливих зовнішніх та внутрішніх впливів, спричинених циклічністю економічного розвитку.

Велике значення для забезпечення стабільності економічного розвитку держави має ступінь незалежності центрального банку від виконавчої влади, який також відрізняється у різних країнах. Найбільш незалежними від державних органів вважаються центральні банки Австрії, Німеччини та Швейцарії. В законодавстві цих країн відсутні норми щодо втручання уряду в грошово-кредитну політику, що регулюється центральним банком. Певною самостійністю відрізняються банки, які за чинним у країні законодавством підзвітні різним органам влади (Канада, США, Нідерланди, Японія). В законодавстві Японії передбачено суворе право державних органів скасувати рішення центрального банку. Найбільш залежним від виконавчих органів вважається центральний банк Італії, де в законодавстві закріплено право уряду на втручання в діяльність цього банку [3].

Динаміка економічних та інституційних перетворень диктує необхідність постійної адаптації та перегляду методів управління та регулювання. Закордонний досвід грошово-кредитного регулювання важливий, але не може бути скопійований повністю, оскільки для ефективного його застосування необхідно враховувати безліч внутрішніх факторів, що відбивають національну специфіку та рівень розвитку кожної країни.

Крім того, зарубіжні країни в даний час зіткнулися з іншою проблемою: проведена ними грошово-кредитна політика спрямована на стабільність усіх систем, що в кінцевому підсумку призводить до відсутності їх розвитку, що також є негативним фактором. Необхідний контрольований баланс між нестабільністю, що провокує розвиток, та сталістю макроекономічних показників.

Виходячи з основних положень теорії грошей, Процик Т. В. розроблено класифікацію засобів грошово-кредитного регулювання економічних процесів (рис. 1) [4].

У результаті аналізу міжнародного досвіду зроблено висновок, що засоби грошово-кредитного регулювання доцільно групувати наступним чином: засоби грубого регулювання (перша група) та засоби точного регулювання (друга група). Прикладами засобів першої групи є встановлення центральним банком облікової ставки та регулювання норм обов'язкових резервів, а прикладом другої – проведення операцій на відкритому ринку як основний оперативний інструмент грошово-кредитного регулювання [4].

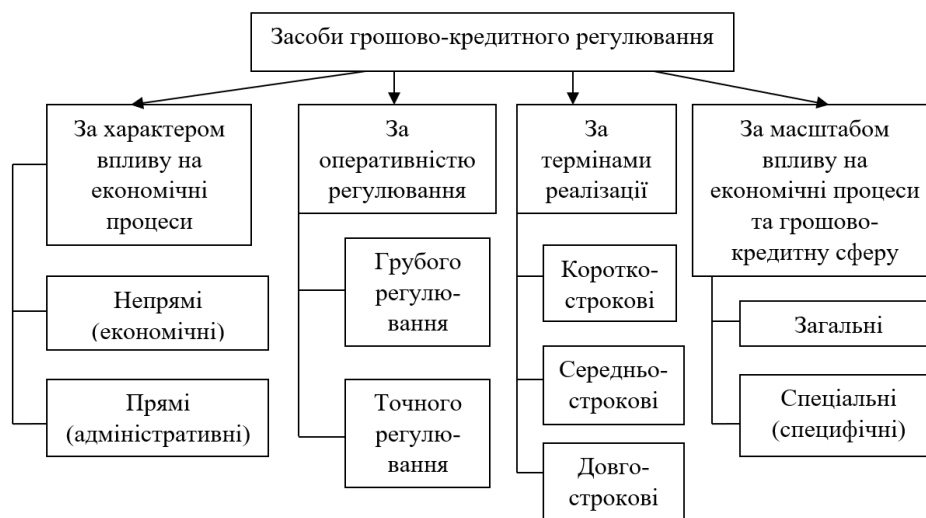


Рис. 1. Класифікація засобів грошово-кредитного регулювання економічних процесів

Інструменти грошово-кредитної політики, тобто регулятивні заходи, в літературі поділяють на інструменти прямого та опосередкованого впливу на основні параметри грошово-кредитного обігу або на інструменти адміністративні та ринкові [5, с. 270]. До ринкових інструментів, або інструментів

опосередкованої дії належать: операції на відкритому ринку; регулювання облікової ставки; зміна норми обов'язкових резервів. До основних адміністративних методів регулювання діяльності банків належать встановлення квот на окремі види пасивних і активних операцій; введення стель (або лімітів) на видачу різних категорій позик і на залучення кредитних ресурсів; обмеження на відкриття філій і відділень; лімітування розмірів комісійних винагород, тарифів на надання різних видів послуг, процентних ставок; визначення переліку операцій, видів забезпечення, а також вимоги ліцензування окремих видів операцій [6, с. 113].

Операції центрального банку з довгостроковими державними зобов'язаннями є традиційним засобом регулювання процентних ставок за довгостроковими фінансовими інструментами. Купівля таких зобов'язань центральним банком викликає підвищення їх ринкового курсу (внаслідок розширення попиту на них). Збільшення ціни облігації означає зниження їх фактичної прибутковості, що визначається ставленням суми купонного доходу облігації до її ринкового курсу.

Зменшення фактичної прибутковості довгострокових облігацій призводить до зниження довгострокових процентних ставок над ринком. Продаж облігацій центральним банком на відкритому ринку викликає падіння їх курсу та підвищення прибутковості облігацій, а значить і довгострокових відсоткових ставок. Крім того, купівля-продаж цінних паперів надає вплив на процентні ставки через розширення чи обмеження банківських грошових ресурсів. Якщо в країні склався ємний та ефективний ринок цінних паперів, то для управління обсягом грошової маси центральний банк використовує головним чином операції зверненні на відкритий ринок. Операції з державними цінними паперами дозволяють центральному банку оперативно регулювати ліквідність комерційних банків.

Світовий досвід свідчить, що підбір ефективних інструментів грошово-кредитної політики впливає на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та економічне зростання країни у цілому, тому необхідно визначити чинники в розрізі компонентів грошово-кредитної політики, що впливають на подолання структурних дисбалансів економіки держави [7].

Змінюються також цілі та завдання грошово-кредитного регулювання. Більшість центральних банків розробляють та впроваджують системи макропруденційного аналізу з метою моніторингу макроекономічної ситуації, виявлення дисбалансів у грошово-кредитній сфері та розробки заходів щодо запобігання так званим системним ризикам. Зокрема, в даний час у компетенцію центральних банків включають функцію забезпечення фінансової та макроекономічної стабільності, що, у свою чергу, вимагає розширення інструментарію грошово-кредитної політики, а також повноважень центрального банку та посилення його операційної та інституційної незалежності.

В економічно розвинених країнах при регулюванні грошово-кредитної сфери через банківську систему часто застосовується такий інструмент, як управління відсотковою ставкою. До прикладу, в Австралії розміри пільгової ставки кредиту та бюджетної компенсації перебувають у прямій залежності від процентної ставки банку, у Франції – пільгова ставка фіксована, а ставка банку впливає лише на обсяг бюджетної компенсації [8, с. 139].

В іноземних державах, які пройшли через світову фінансову кризу, накопичився корисний досвід проведення центральними банками грошово-кредитної політики. Грошово-кредитна політика є одним з основних способів згладжування економічних коливань. В умовах уповільнення економічного зростання і погіршення економічних показників на центральний банк лягає відповідальність за подолання кризових явищ.

Наприклад, у Сполучених штатах Америки Федеральна резервна система (далі – ФРС США) є незалежним від американського уряду центральним банком, що складається з 12 приватних банків. Через свої виняткові повноваження ФРС США може впливати на економіку, регулюючи основні параметри банківської системи і ринку цінних паперів.

Головною особливістю кризи 2008–2009 рр. було скорочення інвестицій в реальний сектор і ринок цінних паперів. Незважаючи на це, рівень кредитування економіки США не знижувався в результаті ризику сильно вирости, а ліквідність впала. Оскільки інвестори утримували грошову масу, то виник її дефіцит.

Одним із головних інструментів грошово-кредитної політики є ставка рефінансування або ключова ставка. Вона встановлюється на кредити, що видаються кредитним організаціям. Протягом 2008 року ФРС США знизилу ставку рефінансування з 4,25% до 0,25% і продовжує тримати її на низькому рівні у даний час.

Так як ставка виявилася дуже близькою до нуля, то ФРС не могла далі знижувати її і виникла так звана пастка ліквідності. Тому в якості іншого інструменту зміни кількості грошей в економіці ФРС почала застосовувати операції на відкритому ринку, купуючи або продаючи короткострокові державні облігації у банків та інших фінансових організацій. Коли ЦБ виплачує чи отримує гроші за ці облігації, він змінює кількість грошей в економіці і водночас змінює прибутковість короткострокових державних облігацій, яка визначає міжбанківські ставки [9].

Уряд Великобританії не рідше ніж один раз на рік визначає орієнтири щодо цінової стабільності (підтримання рівня інфляції, що не перевищує 2%), а також цілі економічного розвитку та зайнятості, відповідно до чого Банк Англії проводить грошово-кредитну політику з обов'язковою посадовою відповідальністю за індикативні результати її виконання.

Міністерство фінансів Японії за погодженням із урядом встановлює для Банку Японії обсяги емісії банкнот. Своєю чергою, грошово-кредитна політика Банку Японії має забезпечити такий стан економічного середовища, в якому не існує ні інфляції ні дефляції. Для цього Банк Японії щоденно контролює обсяги грошової маси в економіці та процентні ставки через операції на ринку шляхом купівлі-продажу інструментів грошового ринку, зокрема державних цінних паперів Японії, здійснюючи операції з приватними фінансовими інститутами.

Відповідно до статті 5 Закону «Про Народний Банк КНР», Держрада (уряд) КНР щорічно схвалює рішення щодо виконання Народним Банком КНР, а той, своєю чергою, повинен щорічно доповідати Держраді про їх виконання, насамперед що стосується щорічного випуску банкнот, процентних ставок, курсу іноземних валют та інших питань, які визначить Держрада КНР [10].

В даний час, незважаючи на наявність багатьох спільних функцій, центральні банки різних країн по-різному вирішують завдання, що стоять перед ними. Кожен із них використовує власні інструменти та методи впливу на банківську систему, унікальними для кожної країни є особливості взаємодії з урядом та міністерством фінансів, механізми прийняття законодавчих актів, а також свої адміністративні та ринкові методи регулювання діяльності банків. У зв'язку з цим неможливо уявити єдину монетарну концепцію та один «рецепт» грошово-кредитного регулювання, всі ці складові є особливими для кожної окремої країни.

Низку важливих прикладів державницьких рішень щодо застосування грошово-кредитних інструментів для оздоровлення і підвищення ефективності функціонування банківської системи, що були впроваджені у різних державах світу, наведено у табл. 1.

Загалом здебільшого вони стосуються фінансування державою частини капіталу стратегічно важливих банків, надання державних гарантій і порук, реалізації інвестиційної політики у банківській системі, комплексної організаційно-економічної, інституційної та фінансово-ресурсної підтримки ефективного функціонування банків та реалізації їх функцій і завдань у фінансовій системі держави [11].

Таблиця 1

Узагальнена характеристика світового досвіду щодо капіталізації та рефінансування банківських кредитних установ

Держави	Реалізовані інструменти
Великобританія	– інвестування урядом викупу часток у великих банках та короткострокових кредитів Банку Англії; – надання гарантій міжбанківських кредитів Королівському банку Шотландії в обмін на державні гарантії споживчого та комерційного кредитування; – здійснення урядом Великобританії фінансового вливання у націоналізований іпотечний банк в цілях виведення ринку іпотеки з кризового стану; – надання гарантій за активами Королівському банку Шотландії і Банківській групі Ллойдз в обмін на їх зобов'язання збільшити обсяги банківського кредитування
Німеччина	– створення Спеціального фонду стабілізації (гарантування та ре капіталізації банківської системи) фінансово-кредитного ринку в цілях трансформації великих банків у державну чи напівдержаву власність
Франція	– надання урядом гарантій за міжбанківським кредитуванням та в цілях рекапіталізації банків
Країни Бенілюксу	– здійснення урядових інвестицій у банки в обмін на їх акції
Австрія	– націоналізація проблемних банків; – отримання урядом широкого пакету фінансової допомоги для банківської системи держави
Іспанія	– створення урядом фонду для викупу активів у проблемних банків
Португалія	– націоналізація урядом Португальського бізнес банку та передання його в управління державному банку; – державна фінансова підтримка забезпечення банківських гарантій
Греція	– надання гарантій держави на 3-5 років усім фінансовим установам країни; – надання кредитним установам спеціальних державних облігацій в обмін на забезпечення ними цих цінних паперів; – зміцнення капіталу банків в обмін на одержання державою частини їх привілейованих акцій
Ісландія	– придбання державою 75% акцій банку Глітнір
Ірландія	– надання урядових гарантій банківській системі
Латвія	– надання Єврокомісією Латвії кредиту, а також отримання державою кредитної допомоги від Світового Банку та МВФ та країн: Швеції, Данії, Фінляндії, Естонії і Норвегії
Індія	– виділення урядом коштів на придбання акцій банків країни
США	– придбання урядом акцій низки американських банків

В даний час вважається, що ефективним елементом реалізації грошової політики центрального банку є пряме таргетування інфляції, під яким розуміється вибір центральним банком темпів зростання номінальних цін як тактична (середньострокова) мета фінансової політики. Така політика обов'язково передбачає публічне оголошення центральним банком бажаних темпів зміни номінальних цін на середньостроковий період (від 3 до 5 років) як мету своєї політики.

Крім того, у світовій практиці зазначене означає прийняття центральним банком зобов'язання добиватися досягнення оголошених цільових орієнтирів інфляції за допомогою використання всіх наявних у його розпорядженні відповідних інструментів; підвищення рівня відкритості політики центрального банку з питань розвитку інфляційних процесів в економіці для постійного оповіщення товариства про плани

монетарної влади; посилення підзвітності центрального банку з питань, пов'язаних із досягненням цільових показників інфляції.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Вибір інструментів грошово-кредитної політики з метою регулювання економічних процесів, які використовує центральний банк, залежить від спрямованості економічної політики держави, ступеня відкритості її економіки, рівня розвиненості грошового ринку, особливостей національної банківської системи, традицій та конкретних обставин. Застосування ринкових методів, на відміну від використання адміністративних, дає можливість зберегти ринкові механізми і мотивацію економічних агентів, сприяє підвищенню ефективності ринкових механізмів у частині саморегулювання, нейтралізуючи певні недоліки, внутрішньо притаманні ринковій економіці. Аналіз методів та інструментів впливу грошово-кредитної політики на економічні процеси показав, що в трансформаційних економіках доцільніше застосовувати методи переважно прямого, а не опосередкованого впливу, на відміну від країн з ринковою економікою. Грошово-кредитна політика є не просто складовою загальноекономічної політики, а її ключовим елементом з огляду на результативність і ефективний вплив на економіку. Грошово-кредитна політика є складовою системи державного регулювання, який дає змогу шляхом зміни параметрів грошової маси та умов кредитування забезпечувати ефективність функціонування економіки. Взаємодоповнюючими складовими грошово-кредитного механізму є кредит і гроші, а з розвитком зростає кредитна складова, яка надає можливість розширювати використання кредитних ресурсів для впливу на макроекономічну динаміку.

Література

1. Труш І. Є. Грошово-кредитний механізм у системі державного регулювання економіки: теоретичний підхід до його суті. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 8. С. 1071–1074. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/224.pdf>
2. Лисенков Ю. М., Коротка Т. А. Грошово-кредитні системи зарубіжних країн. Київ : Зовнішня торгівля, 2012. 118 с.
3. Фімяр С. В. Особливості функціонування кредитної системи України: міжнародні порівняння. *Вісник Черкаського університету*. Серія «Економічні науки». 2015. № 33 (366). С. 122–126.
4. Процик Т. В. Грошово-кредитні засоби регулювання національної економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08. Мін-во освіти і науки України, Держ. вищий навч. закл. «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми, 2008. 24 с.
5. Гальчинський А. Теорія грошей. Київ : «Основа», 1997. 416 с.
6. Лютий І. О., Юрчук О. М. Банківські інститути в умовах глобалізації ринку фінансових послуг : монографія. Київ : Знання, 2011. 357 с.
7. Коваленко В. В. Грошово-кредитна політика та її вплив на подолання структурних дисбалансів економіки України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 12. С. 445–449. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/12-2016/93.pdf>
8. Ніщимна С. Правове регулювання державного кредитування сільського господарства: зарубіжний досвід. *Право України*. 2006. № 10. С. 138–141.
9. Біла Л. М. Сучасні тенденції розвитку грошово-кредитної системи: вітчизняна практика та зарубіжний досвід. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2015. Випуск 11. Частина 1. С. 122–128.
10. Коваленко М. Структурне посилення державного управління у контексті модернізації банківського регулювання та нагляду. *Науковий вісник «Демократичне врядування»*. 2012. Вип. 9. URL: http://ivivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik9/fail/Kovalenko.pdf
11. Гудзовата О. О. Світовий досвід застосування монетарного інструментарію для впровадження ефективної державної політики функціонування грошово-кредитної сфери. *Інфраструктура ринку*. 2016. Випуск 2. С. 269–273.

References

1. Trush I. Ye. Hroshovo-kredytnyi mekhanizm u systemi derzhavnoho rehulivannia ekonomiky: teoretychnyi pidkhid do yoho suti. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. 2015. Vypusk 8. S. 1071–1074. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/224.pdf>
2. Lysenkov Yu. M., Korotka T. A. Hroshovo-kredytni systemy zarubizhnykh krain. Kyiv : Zovnishnia torhivlia, 2012. 118 s.
3. Fimiari S. V. Osoblyvosti funktsionuvannia kredytnoi systemy Ukrainy: mizhnarodni porivniannia. *Visnyk Cherkaskoho universytetu*. Seriiia «Ekonomiczni nauky». 2015. № 33 (366). S. 122–126.
4. Protsyk T. V. Hroshovo-kredytni zasoby rehulivannia natsionalnoi ekonomiky : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.08. Min-vo osvity i nauky Ukrainy, Derzh. vyshchyi navch. zakl. «Ukrainska akademiia bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy». Sumy, 2008. 24 s.
5. Halchynskiy A. Teoriia hroshei. Kyiv : «Osnova», 1997. 416 s.
6. Liutyi I. O., Yurchuk O. M. Bankivski instytuty v umovakh hlobalizatsii rynku finansovykh posluh : monohrafiia. Kyiv : Znannia, 2011. 357 s.
7. Kovalenko V. V. Hroshovo-kredytna polityka ta yii vplyv na podolannia strukturnykh dysbalansiv ekonomiky Ukrainy. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. 2016. № 12. S. 445–449. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/12-2016/93.pdf>
8. Nishchymna S. Pravove rehulivannia derzhavnoho kredyuvannia silskoho hospodarstva: zarubizhnyi dosvid. *Pravo Ukrainy*.

2006. № 10. S. 138–141.

9. Bila L. M. Suchasni tendentsii rozvytku hroshovo-kredytnoi systemy: vitchyzniana praktyka ta zarubizhnyi dosvid. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomiczni nauky». 2015. Vypusk 11. Chastyna 1. S. 122–128.

10. Kovalenko M. Strukturne posylennia derzhavnoho upravlinnia u konteksti modernizatsii bankivskoho rehuliuвання ta nahliadu. Naukovyi visnyk «Demokratyчне vriaduvannia». 2012. Vyp. 9. URL: http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik9/fail/Kovalenko.pdf

11. Hudzovata O. O. Svitovyi dosvid zastosuvannia monetarnoho instrumentarii dlia vprovadzhennia efektyvnoi derzhavnoi polityky funktsionuvannia hroshovo-kredytnoi sfery. Infrastruktura rynku. 2016. Vypusk 2. S. 269–273.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-25>

УДК 614.2

Тетяна КУКЛІНОВА

Одеський національний економічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-1370-2883>

e-mail: tanya2013001@gmail.com

ЩОДО ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Висвітлені актуальні теоретичні та практичні питання ефективного надання медичних послуг населенню в умовах розгортання пандемії. У дослідженні визначено вимоги до них з урахуванням їх особливостей. У статті проаналізовано важливість підвищення ефективності медичних закладів, яка обумовлена їх соціально-економічною значимістю. Проаналізовано ключові аспекти та напрямки їх функціонування завдяки аналізу проблем, основних правових, організаційних і соціально-економічних тенденцій та особливостей процесу функціонування приватних медичних закладів в Україні. Наведено необхідність стимулювання медичного персоналу в Україні. Доведено потребу у перспективних напрямках розвитку приватних медичних закладів та впровадження їх інноваційної складової. Запропоновано розширювати медичне страхування, комерційне амбулаторно-поліклінічне обслуговування населення, використовуючи іноземний досвід реформування ринку медичних послуг для підвищення ефективності розвитку медичних закладів. Сформульовано пропозиції та рекомендації щодо забезпечення ефективного функціонування медичних закладів в Україні з орієнтацією на глобалізаційні процеси.

Ключові слова: медицина, приватний медичний заклад, охорона здоров'я, пандемія, медичний персонал, управління, розвиток.

Тетяна KUKLINOVA

Odessa National Economic University

EFFECTIVENESS ENSURING OF PRIVATE MEDICAL INSTITUTIONS

The study shows the importance a health care sector in Ukraine in the context of the pandemic Covid-19. The paper presents the results of study of the of medical services effectiveness. The object of research is an identification the features of the functioning of medical institutions in the conditions of the pandemic Covid-19 in Ukraine and recommendations for improving their effectiveness development. Main problems of health care sector are defined. The main features of medical institutions in Ukraine have been revealed in the work. The study deals with the key aspects of medical institutions functioning. The paper shows the importance of improving the efficiency of medical institutions. The private medical institutions complex characteristic in Ukraine are described on the basis of a detailed analysis of the problems. The results also showed the importance of private medical institutions. The study identified the requirements for them. The specificity of medical institutions in Ukraine analyzed in Ukraine. The paper deals with problems of the stimulation medical staff in Ukraine. General and specific problems for medical institutions effective development have been examined. The paper shows an effectiveness concerning the private healthcare systems in Ukraine. The study illustrates the importance of improving the efficiency of medical institutions. Proposals for healthcare systems in Ukraine are developed. The key aspects and directions of their functioning are analyzed due to the analysis of problems in Ukraine. The healthcare systems' efficiencies recommendations is proved. This study deals foreign experience in reforming medical sector for improving its efficiency. The effective private medical services to the population in Ukraine has been shown in the presented work.

Keywords: development, stimulation, efficiency, sustainable development, medicine, health, private medical institution, health care.

Постановка проблеми у загальному вигляді,

її зв'язок з важливими науковими чи практичними результатами

Зі зростанням числа ефективно діючих приватних компаній на ринку відбувається посиленні конкуренції. Теоретичні положення економічної науки зв'язують державні та приватні форми власності та особливості їх функціонування та ефективність. В умовах пандемії створення умов для реалізації підвищення здоров'я населення стає однією з важливих вимог. Зазначена проблема потребує подальшого дослідження в умовах пандемії, що підтверджує важливість і актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню ефективного розвитку медичних закладів присвячені праці вчених: Булах І. В., Гончарука А.Г., Гладковой О. В., Шафранського В. В., Ямненко Т. М. та ін. [1–5], але нові економічні виклики в умовах пандемії вимагають підвищення ефективності системи охорони здоров'я, у тому числі шляхом розвитку конкуренції між медичними організаціями.

Формування цілей статті

Метою статті є визначення особливостей функціонування медичних закладів в умовах пандемії в Україні та розробка рекомендацій по підвищенню їх ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження

В умовах загострення пандемії ринок медичних послуг має в Україні свої особливості. Медицина належить до однієї з найбільш інноваційних галузей. В останні роки кількість приватних багатопрофільних медичних центрів значно зросла. Приватна платна медицина приносить прибуток та соціально-економічний

ефект.

Зазначимо, що за 10 місяців 2021 року померло 562 тисячі українців. Перевищення кількості смертей над очікуваним показником за цей період склало 77 011 осіб (для порівняння використовувалися середні щомісячні дані за доковідні п'ять років — з 2015 по 2019 рік). Це вдвічі більше за минулорічний показник, коли надлишкових смертей було 32 569 за весь рік. У жовтні 2021 р. пішли з життя 75 тисяч українців. Місячне зростання смертності склало 53%. Серед основних причин смертності у жовтні 2021 р. ковід вийшов на друге місце, одразу після серцево-судинних захворювань [6]. Так, смертність від COVID-19 зростає через тенденції уповільнення вакцинації, послабленням запобіжних заходів, і швидким поширенням нових штамів. Згідно з проектом Державного бюджету України на 2022 рік видатки на охорону здоров'я визначені з урахуванням продовження медичної реформи та становлять у цілому по зведеному бюджету (державний і місцеві бюджети) 224 млрд гривень (4,2 % до ВВП) [7].

Населення України повинно мати гарантовані державою оплачені медичні послуги через програму медичних гарантій. У країнах з ринковою економікою медицина забезпечує функцію виявлення захворювань, профілактику та лікування хворих. Ці завдання виконують державна, страхова та приватна медицина. Ринкові зміни та соціальне розшарування суспільства в Україні потребують нових підходів до управління всією системою охорони здоров'я [8, с. 35].

Погодимось з думкою Вовк С.В., який вважає, що різноманіття форм діяльності лікувальних установ, у т. ч. й підприємницьких, кожна з них буде мати свої позитивні та негативні сторони. Основний ліжковий фонд України складають будови 60–70-х років минулого століття, більше 85% з них потребують оновлення та реконструкції. Основними шляхами розвитку приватної медицини з точки зору архітектурних завдань сьогодні є будівництво «з нуля» або реконструкція орендованих медичних будівель та споруд комунальної та державної форм власності під облаштування медичних центрів, клінік і т. п. В даний час суттєво змінився підхід до дизайну та архітектурі лікувального закладу. Сучасні медичні центри перестали бути лікарнями в класичному розумінні цього слова, зараз це місця, в яких приємно і комфортно перебувати, це своєрідні готелі з наданням висококваліфікованих і якісних медичних послуг. У сучасній медицині недостатньо якісно надати послугу, треба також надати хороший сервіс. У приватних клініках стоять сучасні апарати, які дозволяють зробити більш точну діагностику. У державних клінік, на жаль, таких можливостей немає. Так, через нестачу фінансування доводиться економити на витратних матеріалах. Основними перевагами приватних клінік є конкурентне позиціонування в порівнянні з іншими секторами та технологічні показники (клінічні та технологічні досягнення). Тим не менш кожна з них має право на існування, оскільки вони в сукупності приносять користь для поліпшення якості надання медичних послуг [9].

Діяльність медичних клінік можна розділити на дві основні фази: господарську та медичну, які зводяться до досягнення максимально можливих результатів при мінімальних ресурсах. Зазначимо, що старіння населення, пов'язане з цим зростання кількості хронічних захворювань, підвищення попиту на послуги, які повинні надаватися на некомерційній основі. Соціальна складова в діяльності системи охорони здоров'я накладає відповідні обмеження. Загальновідомо, що охорона здоров'я має свої особливості, які передбачають верховенство медичних результатів над фінансовими.

Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни неможливе без якісного вдосконалення людського капіталу, основою якого є здоров'я людини. Удосконалення системи охорони здоров'я має розвиватися в напрямку підвищення якості надання послуг, яке може бути досягнуто через підвищення ефективності діяльності приватних медичних закладів.

На наш погляд, ефективну турецьку схему державно-приватного партнерства у цій сфері доцільно було б застосувати в нашій країні. Так, інвестори фінансують, будують (реставрують) і забезпечують постачання і технічне обслуговування лікарень. При цьому приватному партнеру держава може передати будь-які сервіси, які не належать до медичних (рентгенівські послуги, магнітно-резонансна томографія, лабораторні дослідження, послуги пральні, прибирання, забезпечення харчуванням, утилізацію відходів та ін.).

Також доцільним було б використання досвіду не тільки Туреччини але й Польщі для забезпечення ефективності медичних закладів. Україна схожа на Польщу в тому, що вона страждає від застарілої системи Семашка. Ставлення до безкоштовного медичного обслуговування і відсутність особистої відповідальності у збереженні здорового способу життя, корупція — це лише декілька прикладів із багатьох інших. Проте Польща пройшла довгий шлях, щоб залишити її у минулому. Заробітна плата працівників сфери охорони здоров'я Польщі збільшилася. Зазнала змін бюджетна система (перехід від однієї терапевтичної сфери до іншої за умови надання фінансування або перерозподілу коштів), а також були реорганізовані лікарні (скорочення кількості підрозділів або зміна профілю лікарні). Приватний сектор домінує у більшості сфер медичного обслуговування, а державний сектор в основному покриває стаціонарне лікарняне обслуговування. Це дозволяє поліпшити управління ефективністю лікарень і поліпшити розподіл методів лікування. Це чудовий приклад для України, який показує, що приватна медицина не тільки перевищує потреби пацієнтів, а також забезпечує ефективний довготривалий догляд.

Державні медичні установи є ефективними в ситуації, коли ринок не в змозі забезпечити надання

медичних послуг, необхідних суспільству. Приватні медичні заклади діють більш ефективно.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Фінансування медицини має бути одним з основних пріоритетів бюджету. Україна має забезпечити надання якісних медичних послуг для всіх громадян та заохотити медичний персонал використовувати свій потенціал саме в нашій країні. Державно-приватне партнерство могло б прискорити медичну реформу, яка розширює для лікувальних установ коло джерел фінансування та надає автономію в управлінні грошовими потоками. Але чинна правова база не дозволяє це зробити швидко, ефективно і не захищає права інвесторів. У зв'язку з цим іноземний досвід у сфері державно-приватного партнерства може виявитися корисним для подальшого створення найбільш вигідної моделі співпраці, яка б регулювала відносини між державою і інвесторами.

Література

1. Служба статистики України : офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Національної служби здоров'я України. URL: <https://nszu.gov.ua>.
3. Шупа Л. З. Менеджмент у страховій медицині. Інвестиції: практика та досвід. № 14. 2018. С. 34–36.
4. Вовк С. М. Перспективи розвитку приватної медицини в Україні. Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-2/doc/2/2_3.pdf.
5. Черкасов А. В. Організаційний механізм надання інноваційних соціальних послуг у територіальних громадах. URL: <https://ipk-education.com/wp-content/uploads/2019/06/zhurnal-2-2019.pdf#page=100>.
6. Гордійчук С. В. Удосконалення практичної підготовки медичних кадрів як елемент системи забезпечення якості освітньої діяльності. URL: https://lib.iitta.gov.ua/718564/1/стаття_С.В.Гордійчук_.pdf.
7. Лєган І., Крикун О. Ринок приватної медицини України: особливості і напрямки розвитку. Scientific journal of TNTU” Galician eonomik journal. № 3 (64). 2020. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.03.
8. Грєхова О. В. Проблеми та перспективи медичного страхування в Україні. URL: http://univer.km.ua/doc/zbirniki/IV_Zbirnik_2019.pdf#page=80.
9. Пустовойт О. Аналіз системи охорони здоров'я в Польщі. Сучасні економічні дослідження. № 1. Вип. 1. 2018. С. 13–20.
10. Гордійчук С.В. Удосконалення практичної підготовки медичних кадрів як елемент системи забезпечення якості освітньої діяльності. URL: https://lib.iitta.gov.ua/718564/1/стаття_С.В.Гордійчук_.pdf

References

1. Sluzhba statystyky Ukrainy : ofitsiyni sait. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Ofitsiyni sait Natsionalnoi sluzhby zdorovia Ukrainy. URL: <https://nszu.gov.ua>.
3. Shupa L. Z. Menedzhment u strakhovii medytsyni. Investytsii: praktyka ta dosvid. № 14. 2018. S. 34–36.
4. Vovk S. M. Perspektyvy rozvytku pryvatnoi medytsyny v Ukraini. Derzhavne rehuliuвання protsesiv ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-2/doc/2/2_3.pdf.
5. Cherkasov A. V. Orhanizatsiyni mekhanizm nadannia innovatsiynykh sotsialnykh posluh u terytorialnykh hromadakh. URL: <https://ipk-education.com/wp-content/uploads/2019/06/zhurnal-2-2019.pdf#page=100>.
6. Hordiichuk S. V. Udokonalennia praktychnoi pidhotovky medychnykh kadriv yak element systemy zabezpechennia yakosti osvitnoi diialnosti. URL: https://lib.iitta.gov.ua/718564/1/stattia_S.V.Hordiichuk_.pdf.
7. Lehan I., Krykun O. Rynok pryvatnoi medytsyny Ukrainy: osoblyvosti i napriamky rozvytku. Scientific journal of TNTU” Galician eonomik journal. № 3 (64). 2020. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.03.
8. Hrehkova O. V. Problemy ta perspektyvy medychnoho strakhuvannia v Ukraini. URL: http://univer.km.ua/doc/zbimiki/IV_Zbirnik_2019.pdf#page=80.
9. Pustovoyt O. Analiz systemy okhorony zdorovia v Polshchi. Suchasni ekonomichni doslidzhennia. № 1. Vyp. 1. 2018. S. 13–20.
10. Hordiichuk S.V. Udokonalennia praktychnoi pidhotovky medychnykh kadriv yak element systemy zabezpechennia yakosti osvitnoi diialnosti. URL: https://lib.iitta.gov.ua/718564/1/stattia_S.V.Hordiichuk_.pdf.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-26>

УДК 338.48

Ярослава МОСКВЯК

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-3147-0251>

e-mail: slavakohanec1201@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ МОРСЬКОГО СУДНОПЛАВСТВА

Сучасна круїзна галузь – це глобально інтегрована до світової економіки індустрія, яка є пов'язана практично з усіма базовими галузями (та секторами) світової економіки (від суднобудування до індустрії розваг). Число пасажирів, які подорожують на круїзних суднах, щорічно збільшується, відповідно зростають і доходи від цього виду бізнесу, тому організація круїзного виду відпочинку – дуже перспективна і прибуткова справа. Взагалі круїз являє собою морський тур, у базову вартість якого є включене комплексне обслуговування на борті судна, зокрема проїзд на судні, проживання в каюті (у залежності від обраного класу), харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борті судна (свята, фестивалі, конкурси, концерти й ін.).

Глобалізація круїзної індустрії та зростання з кожним роком кількості круїзних портів диктують ринку круїзних операторів вимоги щодо об'єднання зусиль у досягненні спільних цілей розвитку. Особливе місце серед таких об'єднань посідає брендинг круїзних напрямів, який передбачає і об'єднання кількох портів з метою надання певного туристичного продукту. Оскільки круїзи користуються сталим попитом туристів з усіх країн світу, то обрання теми даної дипломної роботи є досить актуальним. Круїзний туризм стає все більш важливою частиною структури зайнятості передових індустріальних країн, а також країн, що розвиваються. Сучасна круїзна галузь – це глобально інтегрована до світової економіки індустрія, яка є пов'язана практично з усіма базовими галузями світової економіки. Глобалізація круїзної індустрії та зростання з кожним роком кількості круїзних портів диктують ринку круїзних операторів вимоги щодо об'єднання зусиль у досягненні спільних цілей розвитку.

Джерельною базою роботи слугують праці відомих вітчизняних та зарубіжних фахівців в галузі туризму, таких як Александрова А.Ю., Жихарева В.В., Корнілова В.В., Логунова Н. А., Нездоймінов С.Г. та ін., інтернет-джерела та статистична інформація. Об'єкт дослідження – організація процесу здійснення круїзного туризму в Європі. Предмет дослідження – сучасний стан круїзного туризму в приморських регіонах Європи. Мета – дослідження сучасного стану та перспектив розвитку круїзного туризму в Європі. Визначено теоретичні аспекти організації морського туризму, описано особливості сучасного стану круїзного ринку та вказано нормативно-правову базу функціонування морських подорожей. Висвітлено перспективи розвитку круїзного судноплавства для приморських регіонів Європи, в результаті чого запропоновано тенденції щодо вдосконалення управління європейського ринку морського судноплавства.

Ключові слова: круїзний туризм, круїзна галузь, круїзи, морські подорожі, судноплавна компанія, Європа, світовий круїзний ринок.

Yaroslava MOSKVYAK

Lviv Polytechnic National University

TRENDS IN IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE EUROPEAN MARITIME SHIP MARKET

The modern cruise industry is a globally integrated industry in the world economy, which is associated with virtually all major industries (and sectors) of the world economy (from shipbuilding to the entertainment industry). The number of passengers traveling on cruise ships is increasing every year, and the income from this type of business is growing accordingly, so the organization of a cruise holiday is a very promising and profitable business.

In general, a cruise is a sea tour, the basic cost of which includes comprehensive service on board. In particular: travel on the ship, accommodation in the cabin (depending on the chosen class), food, entertainment and, as a rule, a number of special events on board the ship (holidays, festivals, competitions, concerts, etc.).

The globalization of the cruise industry and the growing number of cruise ports are dictating to the cruise market the need to join forces to achieve common development goals. A special place among such associations is occupied by the branding of cruise destinations, which involves the association of several ports in order to provide a particular tourist product. Since cruises are in constant demand from tourists from all over the world, the choice of the topic of this thesis is quite relevant.

Cruise tourism is becoming an increasingly important part of the employment structure of advanced industrialized countries as well as developing countries. The modern cruise industry is a globally integrated industry in the world economy, which is associated with virtually all major sectors of the world economy. The globalization of the cruise industry and the growing number of cruise ports are dictating to the cruise market the need to join forces to achieve common development goals. The source base of the work are the works of famous domestic and foreign experts in the field of tourism, such as: Alexandrova A.Yu., Zhikhareva V.V., Kornilova V.V., Logunova N.A., Nezdoiminov S.G. etc., Internet sources and statistical information. The object of research is the organization of the process of cruise tourism in Europe. The subject of research is the current state of cruise tourism in the coastal regions of Europe. The aim is to study the current state and prospects of cruise tourism in Europe. Theoretical aspects of the organization of maritime tourism are determined, the peculiarities of the current state of the cruise market are described and the regulatory framework for the functioning of maritime travel is indicated.

Prospects for the development of cruise shipping for the coastal regions of Europe are highlighted, as a result of which trends in improving the management of the European maritime shipping market are proposed.

Key words: cruise tourism, cruise industry, cruises, sea voyages, shipping company, Europe, world cruise market.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В останні десятиліття сталість попиту загалом на круїзи була зумовлена постійною модернізацією круїзних суден, покращенням портової інфраструктури, оновленням і модернізацією пасажирських причалів, формуванням пакетних замовлень на будівництво нових лайнерів. Цікавість до провідних круїзних маршрутів визначили саме ці чинники. Однак на сьогодні вже здійснено більшість технологічних рішень щодо перетворення суден на міста-курорти, в середині яких будуть розміщені природні ландшафтні зони, планетарії, театри, аквапарки, траси для проведення гонок тощо. Розширення лінії пропозицій та посилення конкурентоспроможності конкретного судна, і також маршруту передбачало перенесення продуктових, управлінських та технологічних інновацій.

Узагальнено, збільшення потужностей суден для реалізації концепції "лайнер як місто-курорт" у всіх регіонах світу, було базовим напрямом розвитку круїзного ринку. Проте орієнтування на сталий розвиток суспільства вносить певні корективи в роботу компаній. Екологічним стандартам вже має відповідати, як сучасне судно серійного проекту, так і те, що проектується індивідуально. Це змінює і рух розвитку круїзного ринку, визначаючи пошук нових економічних технологій, які можна буде здійснювати без втрати рівня якості обслуговування на суднах.

Відповідно лайнери нового покоління, що здатні на самостійну переробку твердих відходів, акумулювання і генерування електроенергії, тобто відтворення повного виробничого циклу, повинні бути основою нових круїзних продуктів. Технічні можливості зазначених суден повинні інтегруватися з потребами подорожуючих та пріоритетами щодо збереження туристичних ресурсів, тим часом підтримуючи оптимальний рівень безпеки. Розв'язується одна з основних проблем і в результаті життєвий цикл судна та його продукту збільшується. Однак виникає питання щодо причалів, здатних обслуговувати нові судна та загалом розбудови круїзної інфраструктури.

В круїзному туризмі до збільшення бюджетних відрахувань у сформованих круїзних центрах та формування додаткових робочих місць призводить мультиплікативний ефект. Це здійснюється саме через диференціацію пропозиції та зростання якості обслуговування пасажирів. Плани приватного бізнесу щодо нових суден відображаються у планах місцевих та регіональних інституцій щодо їх обслуговування.

Оскільки економічна ситуація впливає суттєво на рівень споживання круїзного туристичного продукту, то аналіз такої ситуації в країнах-постачальниках туристів круїзів попереджує виходу судна на круїзний маршрут. Варто також відмітити, що відповідно до темпів збільшення регіонального ринку, прогнозна оцінка пропускних можливостей судна є не менш важливою для цього.

На початку 2020 року галузь океанських круїзів була однією з найбільш швидкозростаючих галузей туристичної індустрії. Щонайменше 55 круїзних компаній експлуатують 278 океанських круїзних суден, ще 28 нових кораблів будуть доставлені в 2021 році. На додаток до океанських круїзних суден існує понад 500 річкових круїзних суден. Океанські, річкові та спеціальні круїзні лінії становлять понад 95% світового круїзного потенціалу. У 2019 році вартість світової круїзної галузі становила понад 150 мільярдів доларів прямих та непрямих доходів.

За даними Міжнародної асоціації круїзних лайнерів (CLIA), найбільшої у світі організації торгівлі круїзними галузями, кількість пасажирів круїзних суден зросла з 17,8 млн у 2009 р. до 30 млн у 2020 р., річний темп приросту 5,4%. До блокування бізнесу через пандемію COVID-19 прогнозом на 2022 рік було подальше збільшення до 32 мільйонів пасажирів [39].

Одним із інструментів стратегічного розвитку круїзної судноплавної компанії виступає план стратегічних інвестицій та зростання прибутку, оскільки передбачає активне залучення та використання всіх її ресурсів для формування конкурентоспроможного продукту.

При формуванні нового та інноваційного туристичного продукту реалізується потенціал круїзної судноплавної компанії, який визначають кадрова, організаційна, виробнича, логістична, маркетингова, управлінська складові. Організація стратегічної взаємодії між даними складовими забезпечує досягнення місії та загальногосподарських цілей компанії, включаючи приріст її ринкової вартості.

Однак, особливості формування круїзного туристичного продукту передбачають залучення й потенціалу ринку для організації комплексного та конкурентоспроможного продукту. Потенціал туристичного ринку визначається природно-ресурсною, інфраструктурною, інвестиційною, інформаційною, інноваційною та кадровою складовими.

Реалізація стратегії включає економічний (формування бюджету, застосування системи економічних показників), корпоративний (правила та процедура корпоративної культури, імідж компанії), соціальний (страхування відповідальності, формування туристичного бізнесу), екологічний ("екологічний офіс", формування екологічної свідомості) та інституційний (державно-приватне партнерство, законодавство та програми держорганів) напрями. В сукупності це все є корпоративною соціально-екологічною відповідальністю компанії. Щодо оцінки стратегії, то вона передбачає аналіз результатів, порівняння результатів з цілями та здійснення регулюючих заходів. [2]

Реальні інвестиційні проекти в круїзному туризмі забезпечують приріст туристичного потоку, однак обсяги інвестування залежать від оцінки рівня ризику через наявність часового розриву між процесом

капітальних вкладень та результатом проекту. Тривалість проекту та окупність вкладених коштів залежить від виду економічної діяльності, потенціалу цільового ринку. Наприклад, термін окупності п'ятизіркового круїзного лайнера складає понад 20 років, а термін окупності готельного підприємства – 7 років. Оцінка ризику реальних інноваційно-інвестиційних проектів в круїзному туризмі повинна враховувати особливості галузі та ступінь її інтеграції в економіку країни.

Таким чином, за рахунок реалізації концепції маркетингу співпраці можна значно посилити вплив стандартних інструментів комплексу маркетингу круїзної судноплавної компанії. Дана концепція дає можливість виявити, підтримати та розвинути латентні потреби, одночасно знизивши підприємницькі ризики (через їх розподіл), пов'язані з їх задоволенням.

Основні тенденції, які сформують галузь протягом наступного десятиліття, включають наступне:

- Екологічна стійкість: галузь інвестує значні кошти у зменшення відходів завдяки інноваційним передовим екологічним технологіям, таким як використання зрідженого природного газу (СПГ), очищення вихлопних газів (EGCS), вдосконалені системи очищення води та прибережна електрика.

- Відповідальний туризм: круїзні лінії працюють з місцевими громадами, щоб знайти найкращий спосіб керувати потоком пасажирів, які відвідують кожен порт заходу, захищати культуру, навколишнє середовище, унікальну спадщину та ландшафт відвіданих місць.

- Обслуговування одинарних крейсерів: стратегії продажів тепер набагато чутливіші до потреб "сольних" крейсерів.

- Тематичні круїзи, альтернативні напрямки та тривалість круїзів: постійне зростання люксових експедиційних круїзів, альтернативних напрямків, таких як приватні острови та морські заповідники, і зростаюча кількість дво- та триденних мікрокруїзів.

- Новий цифровий досвід ІТ-технологій: зростаючий інтерес міленіалів (покоління Y) та покоління до круїзів, які стануть найбільшим споживчим продуктом для них, тому це сприяє вдосконаленню підключення Інтернету на борту. Круїзні судна масово інвестують у наявність лінійних додатків, впроваджують технології (багатофункціональні браслети, що включають систему геолокації), пристрої розпізнавання голосу в салоні, камери розпізнавання обличчя, пристрої із сенсорним екраном для бронювання на борту, цифрові послуги консьєржа, робототехніка (бармени готуються та сервісні коктейлі, наприклад) та програми для здоров'я.

- Нові інноваційні концептуальні місця та місця для проживання: пасажирів круїзу все частіше шукають почуття приватності, різного досвіду обслуговування та розваг.

- І останнє, але не менш важливе, обов'язкове прийняття заходів, пов'язаних із COVID-19, для забезпечення безпечного та здорового бортового середовища для всіх пасажирів та членів екіпажу [39].

Компанії круїзних ліній, які прагнуть показатись в сильніших позиціях після пандемії, повинні виробити систематичне розуміння того, як змінилися звички пасажирів під час кризи та як це впливає на їх поведінку протягом усього шляху подорожі клієнтів: від процесу прийняття рішень, який веде мандрівників вибрати круїзну компанію, аж до поїздки додому після висадки. Які змінні будуть враховувати пасажирів при виборі наступного круїзу? Що очікують пасажирів з точки зору стандартів безпеки та гігієни праці? Як круїзні лінії дозволять своїм кораблям вільно рухатись під час пандемії COVID-19 і як вони будуть готуватися до подальших спалахів? Це ключові аспекти, які круїзним компаніям потрібно повністю розуміти, щоб утримувати своїх лояльних пасажирів, а також залучити нове покоління.

Такі руйнівні бізнес-кризи, як пандемія COVID-19, ще більше посилюють логіку того, що корпоративні стратегії – це спосіб, яким компанія обирає конкурентне позиціонування. Тоді як операційна стратегія - це спосіб досягнення та відстоювання конкурентної позиції, обраної компанією. Це означає, що відповідні нові вимоги, пов'язані з COVID-19, повинні охоплювати бізнес переважно на двох рівнях: корпоративному та операційному, що залишається найсильнішою конкурентною перевагою для круїзної компанії. Нові протоколи були розроблені для впровадження заходів, спрямованих на мінімізацію впливу та передачі COVID-19 на борту його круїзних суден, а також протягом усіх подорожей клієнтів, коли це можливо. Те, як протоколи будуть впроваджені в рамках операцій, забезпечить консолідацію давніх конкурентних переваг, яких досягли круїзні компанії до цієї кризи.

З корпоративної перспективи основна увага буде зосереджена на забезпеченні стабільного рівня управління та дотримання протоколів, розроблених відповідно до правил, нормативних актів, виданих урядами та національними інститутами охорони здоров'я. Стійкий моніторинг пандемії також повинен бути пріоритетом. Завдання - постійно забезпечувати безпечний та здоровий досвід для пасажирів, зберігаючи високий рівень обслуговування, до якого гості звикли до кризи пандемії коронавірусу. Відповідно зрозуміло, що члени екіпажу та співробітники на березі, які є найсильнішим активом будь-якого готельного бізнесу, відіграватимуть стратегічну роль у розробці, впровадженні та підтримці нових стандартів.

А з операційної точки зору, круїзні компанії впровадять нові процедури, які вплинуть на досвід круїзу пасажирів та на бортові операції, такі як попереднє тестування та вакцинація для всіх пасажирів та членів екіпажу; посадка та висадка, соціальне дистанціювання в громадських місцях, на борту; медичні та громадські стандарти охорони здоров'я. Здоров'я та безпека завжди були першочерговими для способу ведення круїзного бізнесу. Завдяки процедурам, що вже діяли до пандемії та новим протоколам, круїзні

компанії з повною впевненістю зможуть забезпечити необхідні високі стандарти безпечної та здорової експлуатації гостей, які очікують круїз.

Незважаючи на пандемію COVID-19, круїзні компанії прогресують у реалізації існуючих проектів розширення флоту та перезапуску верфів, які були призупинені в 2020 році. Хоча терміни доставки були продовжені, жодне замовлення великих океанічних круїзних кораблів не скасовувалося з тих пір, як галузь зробила паузу в своїй діяльності. Нова будівля продовжується також у круїзних поромних та річкових бізнесах.

Коли галузь перезапуститься, то досвід пасажирів і операцій на борту, швидше за все, будуть дуже відрізнятися. Круїзні компанії розглядають круїзні судна як найбезпечнішу форму подорожей на майбутнє, просуваючи судна як вільне середовище від COVID-19 або “бульбашку”, а стратегії комунікації будуть зосереджені на ефективному впровадженні перевірених протоколів. Час покаже, чи буде цього достатньо для подолання пандемічної кризи, чи потрібно буде в довгостроковій перспективі переосмислити ядро самого круїзного бізнесу (наприклад планування маршруту, розмір суден, товари та послуги, що пропонуються на борту) [39].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Визначено, що круїзний туризм стає все більш важливою частиною структури зайнятості передових індустріальних країн, а також країн, що розвиваються. Багато ключових компаній круїзної галузі, таких як Star Cruises, Holland і American line Deluxe cruises, також Crystal Cruises, Silversea Cruises, Princess Cruises, Royal Caribbean та інші зробили значний внесок у економічне зростання та розвиток країн.

З'ясовано, що розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки. Це проявляється в створенні нових робочих місць у сферах, залучених для обслуговування круїзного судноплавства; збільшенні надходжень до бюджетів всіх рівнів; рекламуванні туристичних можливостей регіону чи країни в цілому; залученні інвестицій у розвиток туристичної та транспортної інфраструктури та розширенні можливостей для міжнародного співробітництва тощо.

При організації міжнародних перевезень туристів морським транспортом є чинними міжнародні конвенції та договори. Круїз означає організацію кожного окремого судна в оренду у фрахтівника або за програмою, погодженою з туроператором на підставі договору чартеру, або ж на підставі агентської угоди про конкретний круїзний маршрут.

Круїзна індустрія є однією з найбільших зростаючих секторів туристичної галузі. Вона неухильно зростала навіть під час економічного спаду у 2000-х. У період з 2009 по 2020 рік кількість морських круїзних туристів у всьому світі суттєво зросла. Промисловість продовжує зростати та розширюватися на нові напрямки. А Європа є найбільш швидкозростаючим під ринком туризму, а після Північної Америки також є другим за величиною круїзним ринком у світі.

Двома найважливішими європейськими ринками круїзів є Німеччина та спільний ринок Великобританії та Ірландії, стосовно обсягу пасажирів. Разом вони склали майже 60% усіх європейських круїзних пасажирів у 2019 році.

Також до першої шестірки ринків круїзного туризму європейських країн входять Італія, Іспанія, Франція та Швейцарія. Усі ці країни демонструють збільшення обсягу пасажирських перевезень між 2016 і 2018 роками, найбільше – в Італії та Іспанії.

Морський туризм в Україні перебуває на стадії формування. Практично повна відсутність попиту на внутрішні Чорноморські круїзи українськими туристами є основною особливістю сучасного ринку круїзного туризму країни.

Одним з основних напрямків технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Організації, які надають туристичні послуги повинні усвідомити необхідність впровадження і використання сучасних програмно-технічних інтерактивних інформаційних систем, які сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств.

В довгостроковій перспективі ринок круїзного туризму повинен розвиватися не лише за рахунок будівництва суден та їх реновації. Вимагає особливої уваги вивчення потенціалу туристичних продуктів, що можуть бути створені на базі круїзів, в тому числі комбінованих турів. Також в плані розвитку міжнародного туризму у будь-якої країни є визначальними внутрішні чинники розвитку туризму.

Одним із інструментів стратегічного розвитку круїзної судноплавної компанії виступає план стратегічних інвестицій та зростання прибутку, оскільки передбачає активне залучення та використання всіх її ресурсів для формування конкурентоспроможного продукту.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм / Александрова А.Ю. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 461 с.
2. Антоненко І.Я. Формування інноваційного продукту круїзного туризму : монографія / І.Я. Антоненко, І.Л. Мельник. – К., 2016. – 246 с.
3. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів : навч. посібник / О. В. Аріон. –

К. : Альтерпрес, 2008. – 192 с.

4. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки / Биржаков М.Б., Никифоров В.И. – СПб : Герда, 2001. – 400 с.

5. Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма : учебное пособие / Бутко И.И., Ситников В.А. – М. : ИКП «МарТ», Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2006. – 336 с.

6. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів : навч. посібник / Герасименко В.Г., Замкова А.В. – Харків : "Бурун Книга", 2011. – 116 с.

7. Дмитриева А. Круизные перспективы Одессы / А. Дмитриева // Порты Украины. – 2005. – № 6. – С. 33.

8. Смелянова К. С. Сучасні проблеми розвитку круїзного туризму в Чорноморському регіоні / К. С. Смелянова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2011. – № 2. – С. 108–111.

9. Экономика морского транспорта : учебник / [В.В. Жихарева, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др.]. – Харьков : БУРУН КНИГА, 2012. – 480 с.

10. Жихарева В. В. Теория и практика инвестиционной деятельности судоходных компаний : монография / В. В. Жихарева. – Одесса : ИПРЭИНАН Украины, 2010. – 475 с.

11. Зацепіна Н.О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі / Н.О. Зацепіна // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2012. – Вип. XXXIV. – С. 233–234.

12. Китайский круизный рынок обещает стать крупнейшим в АТР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://russian.news.cn/2016-11/13/c_135826027.htm

13. Китай станет вторым по величине круизным рынком мира, пишет "Жэньминь Жибао" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_ryinkom_mira_pishet_jenmin_ji_bao/?full

14. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу / Корнілова В.В., Корнілова Н.В. // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 5. – С. 20–25.

15. Круизный рынок в 2016 году планирует 60% рост [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34480.html>

16. Круизный рынок Украины и мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cruiseek.com/news/kruiznyu-rynok-ukrainy-i-mira.html>

17. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>

18. Логунова Н. А. Влияние мирового финансового кризиса на уровень ВВП в Украине / Н. А. Логунова, Н. А. Красовская // Матер. VI межд. науч.-практ. конф. [«Последние научные достижения – 2010»]. – София : «БялГРАД-БГ» ООД, 2010. – Т. 10. – С. 37–41.

19. Логунова Н. А. Major components of the cruise industry enterprises potential / Н. А. Логунова // Матер. міжн. наук.-практ. конф. [«Методологія науки сьогодення»]. – Київ, 2013. – С. 13–15.

20. Мельник І.Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму / І.Л. Мельник // Бізнес Інформ. — 2014. — № 12. — С. 313–319.

21. Мировой круизный рынок стремительно растет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cruiseek.com/news/mirovoy-kruiznyu-rynok-stremitelnorastet>

22. Найбільший у світі круїзний лайнер відправився в перше плавання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [htmlhttps://www.unian.ua/world/1346045-naubilshiy-u-sviti-kruizniy-layner-vidpravivsyav-pershe-plavannya.html](https://www.unian.ua/world/1346045-naubilshiy-u-sviti-kruizniy-layner-vidpravivsyav-pershe-plavannya.html)

23. Нездойминов С. Г. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Г. Нездойминов, Н. Н. Андреева // Український журнал Економіст. – 2014. – № 7. – С. 43–45.

24. Нездойминов С.Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов / С.Г. Нездойминов // Экономика, предпринимательство и право. — 2016. — № 2. — том 6. — С. 136–145.

25. Нестерова К.С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні : дис. ... к.е.н. : 08.00.03 — економіка та управління національним господарством / НАН України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. — Одеса, 2016. — 193 с.

26. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов / Осипова О.Я. – М. : Академия, 2004. – 368 с.

27. Основные тенденции в сфере путешествий в 2016 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye-tendencii-v-sfere-puteshestviy-v-2016-godu/>

28. Осташ В.М. Популярные регионы круизного туризма / В.М. Осташ // Вокруг света. — 2009. — № 19. — С. 15–19.

29. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездойминов С.Г. та ін.] ; за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.

30. Турагенство «Море Турів» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.more-turiv.com.ua/category/kruizi/>
31. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень / Фастовець О. О. — К. : Музична Україна, 2003. — 190 с.
32. Ярова Н.В. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі / Н.В. Ярова, О.В. Воркунова, В.С. Ліщенко // Научный взгляд в будущее. — Вип. 4. Т. 1. — Одеса : КУПРИЕНКО СВ, 2016. — С. 4–10.
33. Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cruises.about.com/od/cruisereading/gr/Book-Review-BerlitzCompleteGuide-To-Cruising-And-Cruise-Ships.htm>
34. CLIA 2018 Europe Market Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.pdf>
35. COVID-19 impacts on global cruise industry [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/07/covid-19-impacts-on-global-cruise-industry.html>
36. Cruise Industry News / 2016—2017 Annual Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>
37. Cruise Line International Organization [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.cruising.org/>
38. Cruise Market [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.repositioncruises.com/cruise-market>.
39. Cruise market trends: How to sail through the disruptive landscape? [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/disruptive-cruise-market-trends>
40. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf
41. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme. 2010. 253 p.

References

1. Aleksandrova A.Ju. Mezhdunarodnyj turizm / Aleksandrova A.Ju. — М. : Aspekt Press, 2001. — 461 с.
2. Antonenko I.Ia. Formuvannia innovatsiinoho produktu kruiznoho turizmu : monohrafiia / I.Ia. Antonenko, I.L. Melnyk. — К., 2016. — 246 с.
3. Arion O. V. Orhanizatsiia transportnoho obsluhovuvannia turystiv : navch. posibnyk / O. V. Arion. — К. : Alterpres, 2008. — 192 с.
4. Birzhakov M.B. Industrija turizma: perevozki / Birzhakov M.B., Nikiforov V.I. — SPb : Gerda, 2001. — 400 с.
5. Butko I.I. Transportnoe obsluzhivanie turizma : uchebnoe posobie / Butko I.I., Sitnikov V.A. — М. : ІКР «MarT», Rostov n/D : Izdatel'skij centr «MarT», 2006. — 336 с.
6. Herasymenko V.H. Orhanizatsiia transportnykh podorozhei i perevezen turistiv : navch. posibnyk / Herasymenko V.H., Zamkova A.V. — Kharkiv : "Burun Knyha", 2011. — 116 с.
7. Dmitrieva A. Kruiznye perspektivy Odessy / A. Dmitrieva // Porty Ukrainy. — 2005. — № 6. — С. 33.
8. Yemelianova K. S. Suchasni problemy rozvytku kruiznoho turizmu v Chornomorskomu rehioni / K. S. Yemelianova // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. — 2011. — № 2. — С. 108–111.
9. Jekonomika morskogo transporta : uchebnyk / [V.V. Zhihareva, A.M. Kotlubaj, O.N. Kibik i dr.]. — Har'kov : BURUN KNIGA, 2012. — 480 с.
10. Zhihareva V. V. Teorija i praktika investicionnoj dejatel'nosti sudohodnyh kompanij : monografija / V. V. Zhihareva. — Odessa : IPRJeJeINAN Ukrainy, 2010. — 475 с.
11. Zatssepina N.O. Istoriia vynyknennia ta suchasnyi stan kruiznoho turizmu v sviti / N.O. Zatssepina // Naukovi pratsi istorичnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. — 2012. — Vyp. XXXIV. — С. 233–234.
12. Kitajskij kruiznyj rynek obeshhaet stat' krupnejšim v ATR [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : http://russian.news.cn/2016-11/13/c_135826027.htm
13. Kitaj stanet vtorym po velichine kruiznym ryнком mira, pishet "Zhjen'min' Zhibao" [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitaj_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznym_ryнком_mira_pishet_jenmin_jibao/?full
14. Kornilova V.V. Suchasni tendentsii rozvytku kruiznoho rynku svitu / Kornilova V.V., Kornilova N.V. // Investytsii: praktyka tadosvid. — 2018. — № 5. — С. 20–25.
15. Kruiznyj rynek v 2016 godu planiruet 60% rost [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34480.html>
16. Kruiznyj rynek Ukrainy i mira [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://cruiseek.com/news/kruiznyy-rynek-ukrainy-i-mira.html>
17. Kruizne sudnoplavstvo yak chynnyk rozvytku prymorskykh rehioniv Ukrainy. Analychna zapyska. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
18. Logunova N. A. Vlijanie mirovogo finansovogo krizisa na uroven' VVP v Ukraine / N. A. Logunova, N. A. Krasovskaja // Mater. VI mezhd. nauch.-prakt. konf. [«Poslednie nauchnye dostizhenija – 2010»]. — Sofija : «BjalGRAD-BG» OOD, 2010. — Т. 10. — С. 37–41.
19. Lohunova N. A. Major components of the cruise industry enterprises potential / N. A. Lohunova // Mater. mizhn. nauk.-prakt. konf. [«Metodolohiia nauky sohodennia»]. — Kyiv, 2013. — С. 13–15.
20. Melnyk I.L. Innovatsiini zminy na rynku kruiznoho turizmu / I.L. Melnyk // Biznes Inform. — 2014. — № 12. — С. 313–319.
21. Mirovoj kruiznyj rynek stremitel'no rastet [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://cruiseek.com/news/mirovoy-kruiznyy-rynek-stremitelnorastet>
22. Naibilshy u sviti kruiznyi lainer vidpravysia v pershe plavannia [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <https://www.unian.ua/world/1346045-naybilshiy-u-sviti-kruiznyy-lainer-vidpravysya-v-pershe-plavannia.html>
23. Nezdjominov S. G. Morskoj kruiznyj biznes kak vektor mezhdunarodnoj integracii morehozjajstvennogo kompleksa Ukrainy / S. G. Nezdjominov, N. N. Andreeva // Ukrainskyi zhurnal Ekonomist. — 2014. — № 7. — С. 43–45.
24. Nezdjominov S.G. Sovremennyj potencial regional'nyh ryнков morskikh kruizov / S.G. Nezdjominov // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. — 2016. — № 2. — tom 6. — С. 136–145.

25. Nesterova K.S. Derzhavna rehuliatorna polityka sprianniia rozvytku morskoho turizmu v Ukraini : dys. ... k.e.n. : 08.00.03 — ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom / NAN Ukrainy, Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen. — Odesa, 2016. — 193 s.
26. Osipova O.Ja. Transportnoe obsluzhivanie turistov / Osipova O.Ja. — M. : Akademija, 2004. — 368 s.
27. Osnovnye tendencii v sfere puteshestvij v 2016 godu [Elektronnij resurs]. — Rezhym dostupu : <http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye-tendencii-v-sfere-puteshestvij-v-2016-godu/>
28. Ostah V.M. Populjarnye regiony kruiznogo turizma / V.M. Ostah // Vokrug sveta. — 2009. — № 19. — S. 15–19.
29. Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku : monohrafiia / [Herasymenko V.H., Halasiuk S.S., Nezdoimov S.H. ta in.] ; za zah. red. prof. V.H. Herasymenka. — Odesa : Astroprint, 2013. — 304 s.
30. Turahenstvo «More Turiv» [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://www.more-turiv.com.ua/category/kruizi/>
31. Fastovets O. O. Orhanizatsiia transportnykh podorozhei i perevezen / Fastovets O. O. — K. : Muzychna Ukraina, 2003. — 190 s.
32. Yarova N.V. Rozvytok kruiznogo sudnoplavstva na Chornomu mori / N.V. Yarova, O.V. Vorkunova, V.S. Lishchenko // Nauchnyi vzgliad v budushchee. — Vyp. 4. T. 1. — Odesa : KUPRYENKO SV, 2016. — S. 4–10.
33. Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2013 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://cruises.about.com/od/cruisereading/gr/Book-Review-BerlitzCompleteGuide-To-Cruising-And-Cruise-Ships.htm>
34. CLIA 2018 Europe Market Report [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.pdf>
35. COVID-19 impacts on global cruise industry [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/07/covid-19-impacts-on-global-cruise-industry.html>
36. Cruise Industry News / 2016—2017 Annual Report [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>
37. Cruise Line International Organization [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.cruising.org/>
38. Cruise Market [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.repositioncruises.com/cruise-market>.
39. Cruise market trends: How to sail through the disruptive landscape? [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/disruptive-cruise-market-trends>
40. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf
41. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme. 2010. 253 r.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-27>

УДК 338.46

Ірина АНГЕЛКО

Інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-2098-9170>

e-mail: iryna.anhelko@gmail.com

Наталія САМОТІЙ

Інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-3416-8058>

e-mail: nataliia.s.samotii@lpnu.ua

Галина ЛЕХ

Національний лісотехнічний університет України

<https://orcid.org/0000-0002-5462-5335>

e-mail: gala1960@ukr.net

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

У статті висвітлено особливості та тенденції розвитку сфери послуг в Україні. Проаналізовано структуру обсягів реалізованих послуг в розрізі видів економічної діяльності та окремих груп споживачів. Визначено, що внесок сфери послуг у формування ВВП країни є досить суттєвим. Доведено, що збереження частки сфери послуг на достатньо високому рівні у структурі ВВП упродовж останніх років є, насамперед, наслідком її «проникнення» практично у всі види господарської діяльності. Узагальнено, що для підтримки розвитку складових сфери послуг, які сьогодні зазнають значних втрат, необхідно вирішити комплекс складних завдань, які відіграють суттєву роль та є необхідними для мінімізації економічних наслідків війни в Україні.

Ключові слова: сфера послуг, обсяг реалізованих послуг, структура сфери послуг.

Iryna ANHELKO, Nataliia SAMOTIY

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

Halyna LEKH

National Forestry University of Ukraine

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICES IN UKRAINE

The article highlights the features and trends in the development of services in Ukraine. The structure of volumes of sold services in the context of economic activities and individual consumer groups is analyzed. It is determined that despite the socio-economic instability in the country, the level of services in Ukraine remains quite high and dynamically positive. According to the analysis of the structure of the volume of sold services by spheres of economic activity, it was found that the largest share in the total volume of sold services falls on transport services, warehousing, postal and courier activities. At the same time, it was found that out of the total volume of services provided in Ukraine, only 20% are sold to the population.

It is determined that the contribution of the services sector to the formation of the country's GDP is quite significant. The largest share in the structure of GDP is occupied by wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles. It is proved that maintaining the share of services at a fairly high level in the structure of GDP in recent years is primarily a consequence of its «penetration» into virtually all economic activities. It is emphasized that in the modern economic space, services are provided not only by traditional service, but also by industrial entities. However, it is determined that the production process itself is impossible without the involvement of additional resources in the form of services, including design, research, preparation of technical documentation and more.

It is established that in modern conditions the service sector in Ukraine, as well as the economy as a whole, suffers significant losses. It is generalized that in order to support the development of components of the service sector, which today suffer significant losses, it is necessary to solve a set of complex tasks that play a significant role and are necessary to minimize the economic consequences of the war in Ukraine. The implementation of the proposed measures will have a positive impact on the socio-economic development of the country.

Keywords: sphere of services, volume of realized services, structure of sphere of services.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасний розвиток світової економіки характеризується активним розвитком сфери послуг. Зумовлено це тим, що для окремих країн послуги залишаються основним об'єктом товарно-грошових відносин, в результаті чого сфера послуг набуває динамічного розвитку, який супроводжується зростанням доходів і рівня зайнятості в даній сфері, збільшенням обсягів експорту та імпорту послуг, загостренням конкуренції [1].

Аналіз досліджень та публікацій

Питання визначення особливостей та чинників розвитку сфери послуг в Україні та світі висвітлені у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Значний внесок у дослідження зазначеної проблеми зробили Г. Башнянин, А. Босак, І. Бочан, Т. Бурменко, С. Войткл, В. Геєць, В. Герасимчук, В. Григор'єв, Н. Даниленко, Б. Данилишин, П. Друкер, М. Кастельє, К. Кларк, В. Козик, Ф. Котлер, І. Крючкова,

В. Куденко, К. Лавлок, Е. Лібанова, А. Маршал, І. Михасюк, С. Мочерний, Я. Остафійчук, Л. Панкова, Ж.-Б. Сей, А. Сміт, А. Тоффлер, Т. Туренко, А. Філіпенко, Г. Шутак та інші. У своїх працях автори здебільшого висвітлюють питання розвитку сфери послуг з точки зору теоретичних, методологічних та практичних аспектів.

Формулювання цілей статті

Метою статті є висвітлення особливостей та тенденцій розвитку сфери послуг в Україні через призму її структурних складових та пріоритетних напрямів розвитку в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу

Насамперед необхідно зазначити, що до середини 70-х років ХХ століття послуги, як правило, не розглядалися в теорії міжнародної торгівлі, що було обумовлено властивостями самих послуг, а саме нездатністю до зберігання, нерозривністю виробництва та споживання, невловимістю результату, невидимістю, невідчутністю. По суті, сьогодні властивості послуг розкривають їх економічний зміст та основні характеристики, які впливають на розвиток сфери послуг загалом. Останню науковці визначають як сукупність видів економічної діяльності, результатом якої здебільшого є нематеріальні продукти, що можуть брати участь у процесі матеріального виробництва або ж кінцевому як індивідуальному, так і груповому споживанні, пов'язаному з формуванням особистості чи матеріальних умов її побуту [2, с. 31].

В сучасних умовах глобалізаційних зрушень розвиток сфери послуг для окремих країн і світу в цілому є дуже важливим. Зумовлено це тим, що у багатьох країнах світу досягнуто високий ступінь зрілості економіки і високий рівень життя населення. А як відомо, попит зростає на послуги у міру ускладнення виробництва та насичення ринку. Тому дуже важливо розуміти який рівень розвитку сфери послуг в країні і які його пріоритетні напрями.

Оцінюючи сучасний стан розвитку сфери послуг в Україні, доцільно зазначити, що попри соціально-економічну нестабільність в країні, її рівень залишається достатньо високим та динамічно позитивним. Упродовж останніх років спостерігається зростання реалізації послуг практично за всіма сферами економічної діяльності, що впливає на збільшення загальних обсягів реалізованих послуг в країні. Так, за даними Державної служби статистики України, у 2021 році загальний обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг перевищив даний показник 2020 року на 200580,63 млн грн (21,75%) та склав 1122763,3 млн грн (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги реалізованих послуг підприємствами сфери послуг в Україні у 2019–2021 роках, млн грн.*

Вид економічної діяльності	Роки					
	2019		2020		2021	
	Усього реалізовано послуг	у т.ч. населенню	Усього реалізовано послуг	у т.ч. населенню	Усього реалізовано послуг	у т.ч. населенню
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	390179,09	51653,50	392071,58	26453,79	440835,06	34159,72
Тимчасове розміщення й організація харчування	33427,08	23764,94	17776,25	12212,16	30266,42	19291,10
Інформація та телекомунікації	163105,79	52885,41	175883,10	56788,73	211905,11	63564,30
Операції з нерухомим майном	86171,88	3004,98	89720,88	4089,51	106121,76	4382,99
Професійна, наукова та технічна діяльність	107210,42	3724,04	107019,16	4035,73	131641,47	4577,72
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	74885,47	16888,36	70620,66	16917,86	94496,92	24311,85
Освіта	21077,26	19417,25	21704,86	20228,26	25836,34	24010,58
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	26304,74	19752,89	39149,33	31249,41	70119,26	53869,20
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6790,69	4184,32	4792,16	2519,81	7257,78	3064,58
Надання інших видів послуг	3513,01	900,22	3444,77	853,23	4283,19	1076,19
Всього	912665,44	196175,91	922182,74	175348,48	1122763,31	232308,24

* Джерело: складено авторами за [3].

Згідно аналізу структури обсягу реалізованих послуг за сферами економічної діяльності (табл. 1, рис. 1), найбільша питома вага у загальному обсязі реалізованих послуг припадає на транспортні послуги, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність – їх обсяг у загальній величині реалізованих послуг складає близько 40% (у 2019 році дана частка становила 42,75%, у 2020 році – 42,52%, у 2021 році – 39,3%). Значними за обсягами реалізації послуг також являються сфери інформації та телекомунікації (18,9%), професійної, наукової та технічної діяльності (11,7%). В діапазоні від 5 до 10% загального обсягу реалізованих послуг «знаходяться» операції з нерухомим майном (9,5%), діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (8,4%), сфера охорони здоров'я та надання соціальної допомоги (6,2%) [3].

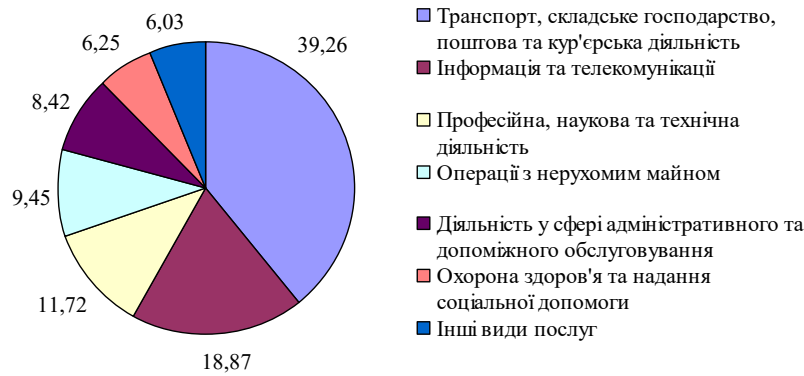


Рис. 1. Структура загального обсягу реалізованих послуг у 2021 році, %*

* Джерело: складено авторами за [3].

Варто зазначити, що із загального обсягу реалізованих послуг в Україні лише 20% реалізовується населенню (рис. 2), з них майже третина – у сфері інформації та телекомунікації (у 2021 році – 27,4%), чверть – у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги (у 2021 році – 23,2%). На послуги у сфері транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності припадає близько 15% (у 2021 році – 14,7%) (рис. 3) [3].

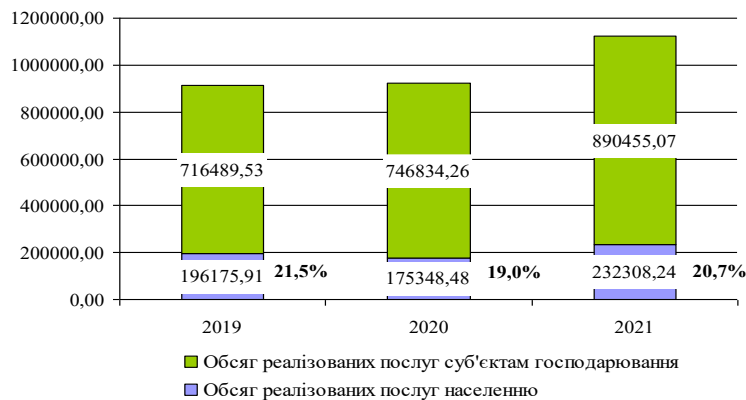


Рис. 2. Обсяг реалізованих послуг в розрізі груп споживачів у 2019-2021 рр., млн грн.*

* Джерело: складено авторами за [3].

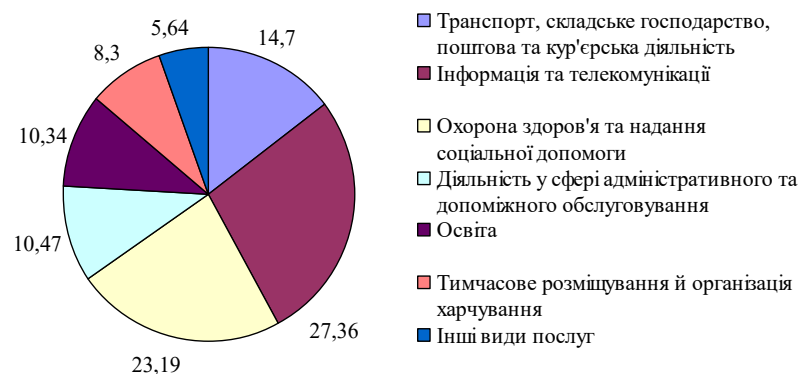


Рис. 3. Структура реалізованих послуг населенню у 2021 році, %

* Джерело: складено авторами за [3].

У цілому аналіз обсягів та структури реалізованих послуг показує, що внесок сфери послуг у формування номінального та реального ВВП країни є досить високим та коливається в межах 50–60%. Згідно з даними Державної служби статистики України, ця тенденція зберігається упродовж останніх років. Зокрема, у 2019 році частка сфери послуг у номінальному ВВП країни становила 54,5% (2166997 млн грн з 3977198 млн грн), у 2020 році – 55,8% (2355469 млн грн з 4222026 млн грн), у 2021 році – 51,8% (2830188 млн грн з 5459574 млн грн) (рис. 4).

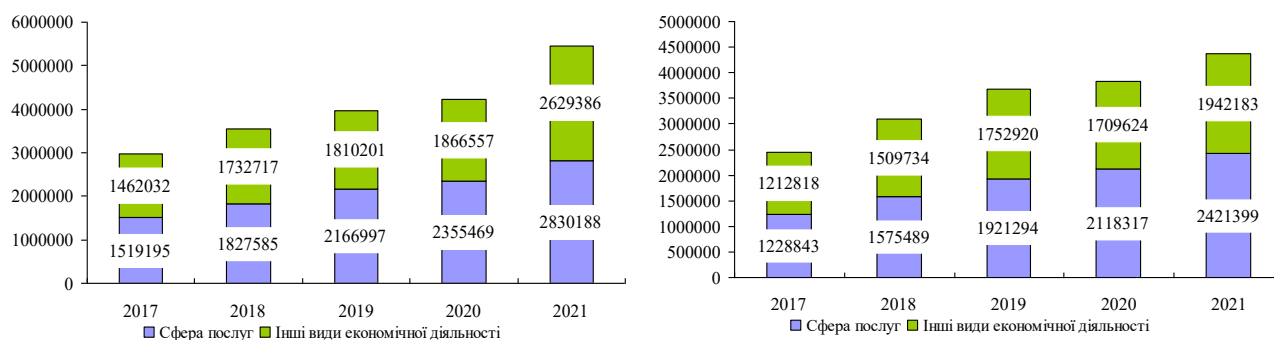


Рис. 4. Динаміка номінального та реального ВВП у 2017-2021 роках, млн грн.*

* Джерело: складено авторами за [4].

Щодо «участі» складових сфери послуг у формуванні ВВП, то відповідно до статистичних даних (рис. 5), у 2021 році найбільшу частку у структурі ВВП займала оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів. Значення даного показника складало відповідно 13,8% номінального ВВП та 13,4% реального ВВП.

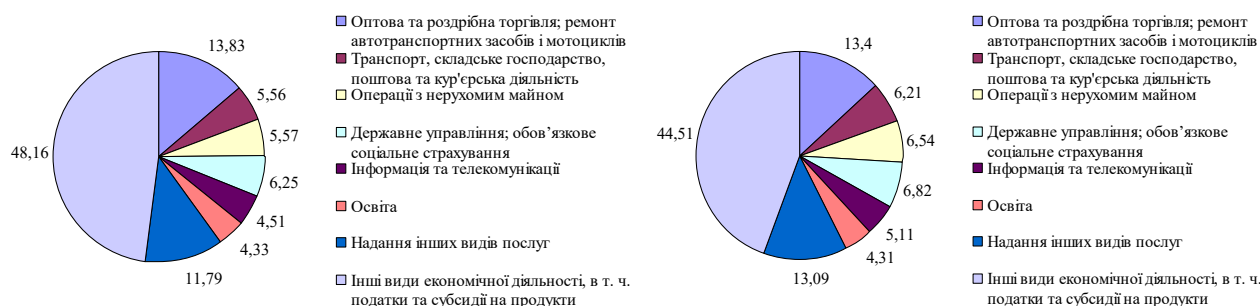


Рис. 5. Структура номінального та реального ВВП за видами економічної діяльності у 2021 році, %*

* Джерело: складено авторами за [4].

Варто зазначити, що «збереження» частки сфери послуг на досить високому рівні у структурі ВВП упродовж останніх років є, насамперед, наслідком її «проникнення» практично у всі види господарської діяльності, адже як відомо в сучасному економічному просторі послуги надають не лише традиційно сервісні, але й промислові суб'єкти господарювання, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленої продукції, надають транспортні послуги, інформаційну підтримку тощо [5, с. 53]. Крім цього, досить складно собі уявити процес виробництва без залучення додаткового ресурсу у вигляді послуг, зокрема проєктних розробок, проведення досліджень, підготовки технічної документації тощо [6, с. 44].

Однак, сьогодні в умовах війни сфера послуг, як і економіка в цілому, зазнає значних втрат. Нелегкі часи «переживають» логістичний та страховий ринки [7]. Змінюється пріоритетність окремих (необхідних) груп послуг. Все це у сукупності вимагає застосування ефективних управлінських рішень з врахуванням переорієнтації на так звану «актуальність», адже роль окремих послуг в сучасних умовах значно зростає. У свою чергу, визначення актуальних (пріоритетних) груп послуг потребує використання дієвих маркетингових інструментів, які спрямовані на вирішення складних задач щодо визначення попиту на окремі послуги та стимулювання їх виробництва і збуту. При цьому, ефективність реалізації зазначених заходів неможлива без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій [8, с. 12].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Попри визначення актуальних груп послуг за допомогою маркетингових інструментів і подальшої їх реалізації з використанням маркетингових комунікацій, для підтримки розвитку складових сфери послуг, які сьогодні зазнають значних втрат, необхідно вирішити комплекс складних завдань. Насамперед, потрібно створити сприятливі умови для реальних можливостей надання таких послуг суб'єктами господарювання – «закріпити» правові гарантії пільгового режиму оподаткування; спростити порядок реєстрації підприємств сфери послуг; стимулювати розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності тощо. Разом з тим, необхідно здійснити ряд заходів в галузі інвестиційної політики, які були б направлені на підтримку підприємництва у сфері послуг окремих регіонів (раціональний перерозподіл

інвестиційних ресурсів регіону, враховуючи пріоритетність розвитку сектора послуг; відтворення та розвиток сфери підприємницької взаємодопомоги та ін.).

У цілому, підсумовуючи варто зазначити, що реалізація зазначених заходів для підтримки сфери послуг в сучасних умовах господарювання відіграє суттєву роль та є необхідною для мінімізації економічних наслідків війни в Україні, адже від стану розвитку сфери послуг безпосередньо залежить соціально-економічний розвиток країни.

Література

1. Ангелко І.В., Бондаренко В.М., Коваль О.Д. Роль маркетингу в розвитку сфери послуг в Україні. Регіональна економіка. 2022. № 1(103). С. 78–86.
2. Остафійчук Я.В. Місце сфери послуг у сучасній парадигмі сталого розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 3. С. 30–32.
3. Послуги. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Національні рахунки. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Пугачевська К.І. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. Вип. 18. С. 52–55.
6. Серьогіна Т.В. Сучасні світові тенденції розвитку сервісної сфери та їх вплив на систему надання публічних послуг. Аспекти публічного правління. 2018. Том 6. № 8. С. 42–48.
7. Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. Економічна правда. 23 березня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
8. Ангелко І.В., Лех І.А. Практичні аспекти застосування маркетингових комунікацій в діяльності суб'єктів господарювання. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 5(286). С. 11–14.

References

1. Anhelko I.V., Bondarenko V.M., Koval O.D. Rol marketynhu v rozvytku sfery posluh v Ukraini. Rehionalna ekonomika. 2022. №1(103). S. 78-86.
2. Ostafichuk Ya.V. Mistse sfery posluh u suchasni paradyhmi staloho rozvytku. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2012. №3. S. 30-32.
3. Posluhy. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Natsionalni rakhunky. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Puhachevska K.I. Sfera posluh v Ukraini: osoblyvosti rozvytku ta stratehichni perspektyvy. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. 2016. Vyp. 18. S. 52-55.
6. Serohina T.V. Suchasni svitovi tendentsii rozvytku servisnoi sfery ta yikh vplyv na systemu nadання publichnykh posluh. Aspekty publichnoho pravlinnia. 2018. Tom 6. №8. S. 42-48.
7. Rykhliitskyi V. Biznes v umovakh viiny: khto zaznav naibilshykh vtrat ta yak vidnovliuutsia pidpriumstva. Ekonomichna pravda. 23 bereznia 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
8. Anhelko I.V., Lekh I.A. Praktychni aspekty zastosuvannia marketynhovykh komunikatsii v diialnosti subiektiv hospodariuvannia. Herald of Khmelnytskyi National University. 2020. №5(286). S. 11-14.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-28>

УДК 336.2

Леся МАТВІЙЧУК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0974-2284>

e-mail: matvijchuk.lesya@gmail.com

Лариса ОЛІЙНИК

Донецький національний університет імені Василя Стуса

<https://orcid.org/0000-0002-3650-9891>

e-mail: olelora777@gmail.com

ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті досліджено наукові підходи до визначення рівня податкового навантаження підприємства, запропоновано авторський підхід, який базується на визначенні податкового навантаження за всіма податками, які фактично сплачує підприємство, враховує рівень сплати ЄСВ, а також рівень платіжної дисципліни підприємства та частки кредиторської /дебіторської заборгованостей за розрахунками з бюджетом. У ході дослідження проаналізовано зміни податкового законодавства та досліджено їх вплив на рівень податкового навантаження підприємств в умовах воєнного стану. Визначено, що поряд із лібералізацією податкового законодавства та зменшенням податкового тиску на рівні держави суб'єктам господарювання доцільно здійснювати оптимізацію й регулювання податкового навантаження шляхом розробки власної ефективної податкової політики. Наведено основні напрямки оптимізації податкового навантаження, що дозволить максимізувати прибуток підприємств та підвищити рівень їх фінансової стійкості.

Ключові слова: податкове навантаження, підприємство, податкова політика підприємства; методика оцінки; податкова політика держави

Lesia MATVIYCHUK

Khmelnytskyi National University

Larysa OLIINYK

Vasyl' Stus Donetsk National University

TAX BURDEN OF DOMESTIC ENTERPRISES IN CONDITIONS OF MARTIAL LAW: METHODOLOGICAL ASPECT

The article investigates scientific approaches to determining the level of tax burden of the enterprise, proposes an author's approach based on the determined tax burden on all taxes actually paid by the enterprise, takes into account the level of SSC payment, as well as the level of payment discipline and accounts payable. with a budget. It is determined that insufficient attention to the level of tax burden of the enterprise and determining its impact on key parameters of financial and economic activities deprives businesses of competitive advantages in an unstable market environment. Reducing the tax burden on business will increase the working capital of enterprises, the formation of additional resources to overcome the challenges that arise now, ie will allow businesses to work and you yourself to rebuild the economy. In the course of the research the changes of the tax legislation are analyzed and their influence on the level of tax burden of enterprises in the conditions of martial law is investigated. It is determined that along with the liberalization of tax legislation and reduction of tax pressure at the state level, it is expedient for business entities to optimize and regulate the tax burden by developing their own effective tax policy.

The tax policy of enterprises should include: the choice of taxation system (general taxation system or simplified taxation system); determination of tax benefits and the possibility of their application at the enterprise; financial and economic transformation and diversification and changes in the tax burden of the enterprise (management of inventory balances; outsourcing of major and ancillary business processes; optimization of revenue and transfer parts of income to other legal entities or individuals - entrepreneurs who have less tax pressure; non-taxable resources such as repayable financial assistance, replenishment of authorized capital, leasing, profit generation in companies registered in jurisdictions with a more favorable tax system than Ukraine, in international transactions, provided the owner builds a chain of controlled transactions, etc.), as a whole for the enterprise (planning the amount of taxes, fees and mandatory payments in accordance with applicable regulations, rates and approved methods; modeling of tax bases for each individual tax or fee paid by the enterprise); development of a tax calendar; determining and evaluating the effectiveness of the developed tax policy and taxation system of the enterprise.

Key words: tax burden, enterprise, tax policy of the enterprise; evaluation methodology; tax policy of the state

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На сучасному етапі розвитку вітчизняні підприємства зіштовхнулися з новими викликами, які спричинені повномасштабною збройною агресією Російської Федерації. Суб'єкти господарювання зазнали значних збитків, багатьом підприємствам довелося зупинити свою діяльність, частина компаній змушені змінювати внутрішні процеси, скорочувати персонал, знаходити нові можливості для реалізації продукції та вчитися функціонувати в умовах невизначеності та соціально-економічної непередбачуваності. Переважна більшість підприємств перебувають в режимі боротьби за виживання, основною метою їх діяльності є пошук шляхів подолання кризової ситуації та по можливості збереження конкурентних переваг на цільових ринках. Також суб'єкти господарювання, які знаходяться у зоні бойових дій або на територіях, що

наближені до бойових дій були змушені переміщувати свої виробничі потужності в безпечні регіони, що загостило комплексні ризики. Підприємства мають обмежений доступ до ресурсів, в тому числі і до фінансових ресурсів. Ризики високої інфляції та порушення макрофінансової стабільності обмежили можливості щодо залучення зовнішніх фінансових ресурсів. За таких умов, питання оптимізації податкового навантаження стає одним з найважливіших завдань фінансового управління в контексті стабілізації діяльності підприємства. Недостатня увага до рівня податкового навантаження підприємства та визначення його впливу на ключові параметри фінансово-господарської діяльності позбавляє суб'єктів господарювання конкурентних переваг у нестійкому ринковому середовищі. Зменшення податкового навантаження на бізнес сприятиме збільшенню оборотних коштів підприємств, формуванню додаткових ресурсів на подолання викликів, які зараз виникають, тобто дозволить підприємствам працювати і ти самим відновлювати економіку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Методичні аспекти визначення рівня податкового навантаження є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних науковців. Так, А. Поддєрьогін [1] пропонує податкове навантаження розраховувати як відношення всіх податків, сплачуваних підприємством, до виручки від реалізації, включаючи виручку від іншої реалізації. О. Балашова [2] пропонує розраховувати податкове навантаження як відношення нарахованих податкових платежів у бюджет та позабюджетні фонди до суми отриманих підприємством коштів у звітному періоді за мінусом позикових коштів підприємства. Н. Гавриленко [3] податкове навантаження на діяльність суб'єкта господарювання розглядає в якості абсолютного показника як суму сплачених податків, зборів та платежів, а також виставлених претензій податковими органами. О. Буцька [4] у своїх дослідженнях зазначає, що загальна методика оцінки податкового навантаження на мікрорівні має враховувати співвідношення між сумою податкових витрат (як суб'єктів підприємництва, так і фізичних осіб) та суми скорегованих доходів (за мінусом непрямих податків). О. Новік [5] податкове навантаження розглядає як відношення загальної величини сплачених податків до результативних показників господарської діяльності, а саме до чистого прибутку. А. Соколовська [6] пропонує розраховувати податкове навантаження як функцію виробництва, що змінюється залежно від коливань витрат на матеріальні ресурси, оплату праці або амортизацію за допомогою абсолютного показника, що являє собою суму амортизації, оплата праці, єдиного соціального податку, податку на додану вартість та прибутку. В. Концева, Н. Антоненко, І Карлова [7] для оцінки податкового навантаження підприємства пропонують визначати аналітичні показники відповідно до категорії користувачів, їх потреб та доступу до аналітичної інформації про діяльність підприємства. Автори вважають, що набір показників для внутрішніх користувачів (менеджерів, власників) повинен бути розроблений на рівні підприємства та адаптований до податкових зобов'язань підприємства, тобто показники податкового навантаження доцільно розраховувати за всіма податками, які фактично сплачує підприємство. Для внутрішніх та зовнішніх користувачів-нерезидентів доцільно адаптувати розрахунок поширеного у міжнародній практиці показника – загальна ставка податків та обов'язкових платежів. Світовий банк (The World Bank Group) оцінює податкове навантаження підприємств за загальною ставкою податків та обов'язкових платежів (total tax and contribution rate), яка розраховується як відношення фактично сплаченого загального розміру податків та обов'язкових платежів до комерційного прибутку. Комерційний прибуток розраховується як виручка від продажів за вирахуванням вартості проданих товарів, заробітної плати бруто, адміністративних витрат, інших витрат, резервів плюс приріст капіталу (від продажу майна) за вирахуванням процентних витрат, плюс процентний дохід і мінус комерційна амортизація [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Віддаючи належне значному науковому доробку вчених, слід підкреслити, що проблема оцінювання рівня податкового навантаження на підприємства є досить складною та до кінця не вивченою. Аналіз досліджень та публікацій з цієї проблематики вказує на те, що запропоновані методики не мають єдиного підходу до визначення рівня податкового навантаження. Низка завдань концептуального, теоретико-методичного та практичного характеру залишається недостатньо вирішеними, що ускладнює процес визначення рівня податкового навантаження на вітчизняних підприємствах.

Дискусійність теоретичних положень та практична значимість результатів вимагає подальшого аналізу та вдосконалення методичних підходів до визначення рівня податкового навантаження підприємства в умовах динамічної зміни податкового законодавства.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є дослідження наукових підходів до визначення рівня податкового навантаження підприємства, розробка власного підходу. Аналіз змін податкового законодавства та їх вплив на рівень податкового навантаження підприємства в умовах воєнного стану. Визначення напрямків оптимізації податкового навантаження для стимулювання діяльності вітчизняного бізнесу.

Виклад основного матеріалу

Податкове навантаження має надзвичайно велике значення як для економіки держави, так і для суб'єктів господарювання. Рівень податкового навантаження слугує індикатором ефективності податкової політики держави. Збалансований рівень податкового навантаження є ключовим фактором забезпечення належної динаміки практичної активності й зростання виробництва та економіки в Україні та виступає базисом для визначення необхідності проведення реформування вітчизняної системи оподаткування. Також, податкове навантаження відіграє важливу роль і в діяльності вітчизняних підприємств, оскільки від його розміру залежить здатність суб'єктів господарювання розширювати свою діяльність, збільшувати прибутковість та протистояти фінансовим труднощам.

Ефект впливу податків на економіку в цілому та на окремих їх платників, пов'язані з економічними обмеженнями, що виникають у результаті сплати податків і відволікання коштів від інших можливих напрямів їх використання. Оптимальним вважають такий рівень податкового навантаження, який передбачає вилучення частини доходів економічних суб'єктів, що не перешкоджає їхньому розвитку, і водночас, що є достатнім для втручання держави в економічні процеси, необхідні для підвищення ефективності національної економіки в цілому. Завищене податкове навантаження може спричинити пригнічення виробництва, його тінізацію, зменшення податкових надходжень до бюджету країни [4, с.25].

Відсутність чітких методик та правил проведення оцінки рівня податкового навантаження призводить до значних втрат підприємства та прийняття хибних управлінських рішень.

Визначення податкового навантаження суб'єкта господарювання повинно базуватися на низці правил та організаційно-методичних тверджень, а саме:

1) визначення рівня податкового навантаження доцільно проводити за допомогою відносних показників, які характеризують не тільки загальні аспекти взаємозв'язку величини сумарних податкових нарахувань з іншими фінансовими показниками, але й індивідуальні (оцінка впливу окремих видів податків, платежів та зборів);

2) необхідно розмежовувати суми податкових зобов'язань за видами податків, враховувати приналежність податкових платежів до ідентифікації витрат або ж зобов'язань суб'єкта господарювання;

3) оцінка рівня податкового навантаження повинна здійснюватися шляхом порівняння величини податкових платежів та прирівняних до них зборів із ключовими параметрами фінансово-господарської діяльності (доходи, витрати, фінансові результати, активи, пасиви);

4) ідентифікація методичного підходу та системи показників податкового аналізу повинна здійснюватися, виходячи із інформаційних потреб систем управління [9, с.131].

На основі проведеного аналізу існуючих методик та враховуючи правила визначення податкового навантаження пропонуємо авторський підхід до його розрахунку (табл. 1).

Показники податкового навантаження доцільно розраховувати за всіма податками, які фактично сплачує підприємство, що дасть змогу приймати ефективні управлінські рішення і за необхідності за допомогою легальних методів мінімізувати податковий тиск на підприємство. Крім того, ми вважаємо за доцільне враховувати рівень сплати ЄСВ підприємством. Хоча, відповідно до вітчизняного податкового законодавства, єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування не є податком, проте це обов'язковий і регулярний страховий внесок, який сплачує роботодавець за найманих працівників, що сплачується з власних коштів підприємства. І тим самим збільшує його витрати та відволікає оборотні кошти. Також ми пропонуємо враховувати рівень платіжної дисципліни підприємства та частки кредиторської/дебіторської заборгованостей за розрахунками з бюджетом.

Податкове навантаження відіграє важливу роль у системі управління підприємством, оскільки є прямим об'єктом фінансового управління. Саме податкове навантаження визначає кількісну та якісну оцінку впливу податків на суб'єкт господарювання та характеристику можливості підприємства розширювати своє виробництво і тим самим масштабувати діяльність та максимізувати прибутки.

Податкове навантаження є наслідком податкової політики держави та якісною характеристикою будь-якої системи оподаткування. Воно реалізується на таких чотирьох рівнях:

1) податковий тиск безпосередньо податкових важелів;

2) податковий тиск усієї сукупності податків;

3) використання механізму пільг платниками, надання пільгових кредитів, дотацій, при цьому податковий тиск переміщується з одних платників податків на інших;

4) використання податкових технологій, за яких посилюється податковий тиск на платника податку (наприклад, авансовані платежі, які передбачають сплату податку платником до моменту отримання результатів його господарської діяльності) [10, с. 328].

Встановлення оптимального рівня податкового навантаження створює умови для стійкого економічного зростання та підвищення підприємницької активності. В умовах ведення бойових дій та запровадження воєнного стану питання оптимізації податкового навантаження на суб'єктів господарювання постає особливо гостро. Суттєве зменшення адміністративного та податкового тиску на бізнес дозволить зберегти оборотні кошти підприємств та мати ресурс на подолання викликів та загроз, які виникають.

Таблиця 1

Показники рівня податкового навантаження підприємства

Показник	Методика розрахунку	Економічний зміст показника
Частка непрямих податків у сумі виручки від реалізації товарів, робіт, послуг підприємства ($Ч_{нп}$)	$Ч_{нп} = НП/ВР$, де НП – сума непрямих податків, які сплачуються підприємством; ВР – виручка від реалізації товарів, робіт, послуг.	коефіцієнт відображає, яка сума непрямих податків припадає на одну гривню виручки від реалізації підприємства, отриманого у звітному періоді
Коефіцієнт оподаткування прибутку ($К_{оп}$)	$К_{оп} = Пп/Пб$, де Пп – податки, що їх сплачують з прибутку за певний період; Пб – балансовий прибуток підприємства за цей період.	демонструє частку податків, які підприємство сплачує з прибутку, в сумі отриманого ним прибутку
Коефіцієнт відволікання оборотних активів у дебіторську заборгованість за розрахунками з бюджетом ($К_{дз}$)	$К_{дз} = ДЗб/ОА$, де ДЗб – дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом; ОА – оборотні активи.	характеризує частку дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом у оборотних активах підприємства
Частка кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом в загальному обсязі поточних зобов'язань ($К_{кз}$)	$К_{кз} = КЗб/ПЗ$, де КЗб – кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом; ПЗ – поточні зобов'язання.	показує який обсяг кредиторської заборгованості підприємства припадає на одиницю його поточних зобов'язань та характеризує рівень платіжної дисципліни підприємства
Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей за розрахунками з бюджетом ($К_{дз/кз}$)	$К_{дз/кз} = ДЗб/КЗб$	показує скільки на одну гривню кредиторської заборгованості підприємства перед бюджетами припадає дебіторської заборгованості фінансових і податкових органів
Коефіцієнт платіжної дисципліни ($К_{плд}$)	$К_{плд} = (Поп-ШС)/Поп$, де Поп – прибуток від операційної діяльності; ШС – збитки від штрафних санкцій.	характеризує платіжну дисципліну підприємства
Податкове навантаження за ЄСВ ($ПН_{єсв}$)	$ПН_{єсв} = ЄСВ/Д$, де ЄСВ – єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування Д – доходи підприємства	показує яка сума ЄСВ припадає на одиницю доходів підприємства
Податкове навантаження за іншими податками, які сплачує підприємство в ході своєї діяльності	$ПН_{єсв} = Пі/Д$, де Пі – інші податки, які сплачує підприємство в розрізі окремих податків Д – доходи підприємства	показує яка сума податків припадає на одиницю доходів підприємства

Джерело: складено авторами

На час війни та для післявоєнного стану держава частково лібералізувала та дерегулювала податкову та митну політику. Проаналізуємо зміни, які відбулися у податковому законодавстві та мали суттєвий вплив на рівень податково навантаження підприємств. Так, внесені зміни дозволили з 01 квітня 2022 року суб'єктам господарювання перейти на спрощену систему оподаткування та сплату єдиного податку зі ставкою 2%. Сплата податку відбувається аналогічно як для спрощенців, які перебувають на третій групі оподаткування. Обмежень стосовно обсягу доходу та кількості осіб, які перебувають у трудових відносинах з підприємствами для переходу на таку систему оподаткування немає. Єдиний податок за ставкою 2% замінить податок на прибуток та податок на додану вартість. Тобто для платників ПДВ, які використовують специфічну форму оподаткування, всі операції з реалізації товарів, послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, вважаються такими, що не є об'єктом оподаткування ПДВ, податкові накладні за такими операціями не складаються. Проте, не всі підприємства можуть скористатися такими новаціями, зокрема суб'єкти господарювання не мають права на застосування вищезазначеного права, якщо здійснюють діяльність з:

- організації, проведення азартних ігор, лотерей (крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);
- обміну іноземної валюти;
- виробництва, експорту, імпорту, продажу підкацизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива, сидру, пері (без додання спирту) та столових вин);
- видобутку, реалізації корисних копалин;
- страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи, визначені законом; реєстратори цінних паперів;
- представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку;
- фізичні та юридичні особи-нерезиденти.

Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку третьої групи за ставкою 2% доходу є календарний місяць. Наразі з урахуванням змін, внесених до Податкового кодексу України, розроблено

нову форму податкової декларації платника єдиного податку третьої групи на період дії воєнного, надзвичайного стану.

Зменшенням фіскального тиску на підприємства стало і звільнення від мита товарів, які ввозяться на територію України та звільнення від сплати податку на додану вартість операцій із ввезення товарів платниками, які перебувають на спрощеній системі оподаткування першої, другої та третьої групи та сплачують єдиний податок за ставкою 2%. Окрім того, законом передбачено спрощення процедур митного оформлення таких товарів.

Лібералізація податкового законодавства торкнулася і податку на додану вартість. Зменшено ставку податку на додану вартість на імпорт та постачання бензинів моторних, важких дистилатів, скрапленого газу, нафти та сирих нафтопродуктів, одержаних з бітумінозних порід (мінералів) до 7%. Звільнено від оподаткування ПДВ операції з ввезення та постачання на митній території України спеціальних засобів індивідуального захисту та бронежилетів для добровільних формувань територіальних громад, утворених відповідно до норм чинного законодавства.

На період дії правового режиму воєнного стану, платники податку за операціями з придбання товарів/послуг, за якими в Єдиному реєстрі податкових накладних постачальниками не зареєстровано податкові накладні та/або розрахунки коригування до них, включають до складу податкового кредиту звітного періоду суми ПДВ, сплачені (нараховані) у складі вартості придбаних товарів/послуг, на підставі наявних у платника первинних (розрахункових) документів, складених (отриманих) платником податку за операціями з придбання товарів/послуг відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Проте, протягом шести місяців після припинення або скасування дії воєнного стану платники зобов'язані: забезпечити реєстрацію в Єдиному реєстрі податкових накладних всіх податкових накладних та розрахунків коригування, реєстрація яких відстрочена на період дії воєнного стану та уточнити (привести у відповідність) податковий кредит, задекларований платниками під час дії воєнного стану на підставі наявних у платника первинних (розрахункових) документів, з урахуванням даних податкових накладних та розрахунків коригування, зареєстрованих у Єдиному реєстрі податкових накладних.

З метою полегшення фіскального тиску на платників ПДВ при втраті або знищенні товарів, що були придбані чи виготовлені з ПДВ як під час дії правового режиму воєнного/надзвичайного стану так і до його запровадження, а також при їх передачі в державну чи комунальну власність, у т. ч. на користь добровільних формувань територіальних громад, та надані на користь інших осіб для потреб забезпечення оборони України податкові зобов'язання з ПДВ не нараховуються та податковий кредит, сформований при їх придбанні, не коригується.

Що стосується бюджетного відшкодування з податку на додану вартість, то можливість одержання цих коштів у період воєнного стану можливо лише за умови узгоджена суми ПДВ за результатами проведення камеральної перевірки. Проте, бюджетне відшкодування ПДВ до розрахунку якого включені суми податкового зобов'язання за операціями, що оподатковуються за пільговою ставкою 7% не здійснюється. Суми такого від'ємного значення зараховуються до складу податкового кредиту наступного звітного (податковий) періоду [11–13].

Юридичні особи, які належать до третьої групи платників єдиного податку, мають право зменшити податкове навантаження з ЄСВ шляхом не сплати єдиного соціального за найманих працівників, призваних під час мобілізації на військову службу до Збройних Сил України. Також на період дії правового режиму воєнного, надзвичайного стану та протягом трьох місяців після припинення або скасування, штрафні санкції не застосовуватимуться, а пеня за цей період не нараховується, нарахована підлягає списанню. У даний період встановлено мораторій на проведення документальних перевірок правильності нарахування, обчислення та сплати єдиного внеску.

Поряд із лібералізацією податкового законодавства та зменшенням податкового тиску на рівні держави суб'єктам господарювання доцільно здійснювати оптимізацію й регулювання податкового навантаження шляхом розробки власної ефективної податкової політики.

Податкова політика передбачає: вибір системи оподаткування (загальна система оподаткування чи спрощена система оподаткування); визначення податкових пільг і можливості їх застосування на підприємстві; фінансово-господарська трансформація та диверсифікації та зміни при цьому податкового навантаження підприємства (управління товарними залишками; аутсорсинг частини основних та допоміжних бізнес-процесів; оптимізація дохідної частини та перенести частини доходів на інших юридичних або фізичних осіб – підприємців, які мають менших податковий тиск; залучення неоподатковуваних ресурсів таких як поворотні фінансові допомоги, поповнення статутного капіталу, лізинг; формування прибутку в компаніях, зареєстрованих в юрисдикціях з більш вигідною системою оподаткування, ніж українська, при міжнародних операціях за умови побудови власником ланцюга з контрольованих операцій, тощо), розробку планів податкових платежів у цілому по підприємству (планування розмірів податків, зборів та обов'язкових платежів згідно з чинними нормативами, ставками та за затвердженими методиками; моделювання баз оподаткування щодо кожного окремого податку чи збору, сплачуваних підприємством); розробку податкового календаря; визначення та оцінка ефективності розробленої податкової політики й системи оподаткування підприємства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В умовах невизначеності та ризиків, нестабільності економічної ситуації та податкового законодавства, запровадження правового режиму воєнного стану недостатня увага з боку суб'єктів господарювання до податкового чинника може призвести до скорочення обсягів діяльності, зменшення рівня прибутковості та навіть до банкрутства та ліквідації підприємств. З іншого боку, вибір оптимальної системи оподаткування, використання передбачених податковим законодавством пільг і знижок може забезпечити не тільки збереженість отриманих фінансових нагромаджень, але й створює підґрунтя до розширення діяльності, здійснення модернізації виробництва та розширює інвестиційні можливості підприємств за рахунок економії на податках, повернення податкових платежів та вивільнення обігових коштів.

Аналізу податкового навантаження підприємств є важливим атрибутом ринкових умов господарювання та ефективного управління, оскільки отримана інформація є індикатором для зміни системи оподаткування, та застосування сучасних механізмів оптимізації податкового тиску та трансформації фінансово-господарської діяльності, а також є релевантною для порівняння між суб'єктами господарювання, галузями чи секторами економіки.

В умовах запровадження правового режиму воєнного стану подальших наукових досліджень потребують питання вибору оптимальних інструментів оптимізації податкового навантаження.

Література

1. Фінанси підприємств : підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. – 3-е вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2000. – 460 с.
2. Балашова О.В. Податковий механізм управління підприємством / О.В. Балашова // Економіка: проблеми теорії і практики. – 2003. – № 5. – С. 918–925.
3. Гавриленко Н.В. Вплив податкового навантаження підприємницької сфери на національну економіку/ Н.В. Гавриленко // Науковий вісник. – 2007. – № 3(40). – С. 12-17.
4. Буцька О.Ю. Методика оцінки податкового навантаження: порівняльний аналіз / О.Ю. Буцька // Агросвіт. – 2013. – № 24.– С. 25–27.
5. Новік О.І. Глумачення поняття «податкове навантаження» у вітчизняній та зарубіжній літературі / О.І. Новік // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 756–762.
6. Соколовська А.М. Теоретичні засади визначення податкового навантаження та рівня оподаткування економіки / А.М.Соколовська // Економіка України. – 2006. – № 7. – С. 4–13.
7. Концева В.В. Обліково-аналітичне забезпечення оцінки податкового навантаження підприємства [Електронний ресурс] / В.В. Концева, Н.В. Антоненко, І.О. Карлова // Економіка та суспільство. – 2021. – Вип. 29. – Режим доступу : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/547>
8. Paying Taxes methodology. The World Bank Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.doingbusiness.org/en/methodology/paying-tax>
9. Кузь В.І. Методичні підходи до аналізу податкового навантаження на основні показники діяльності суб'єкта господарювання / В.І. Кузь // Importance of Soft Skills for Life and Scientific Success: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Internet Conference, March 1-2, 2022. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. P. 130–133.
10. Іванов Ю.Б. Сучасне оподаткування: мотиваційний аспект : [монографія] / Ю.Б. Іванов, О.Л. Єськов. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 328 с.
11. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану : Закон України від 15.03.2022 р. № 2120-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
12. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану : Закон України від 03.03.2022 р. № 2118-IX / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text>
13. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану : Закон України від 24.03.2022 р. № 2142-IX / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2142-%D0%86%D0%A5#Text>

References

1. Finansy pidpriemstv : pidruchnyk / kerivnyk avt. kol. i nauk. red. A.M. Poddierohin. – 3-e vyd., pererob. ta dop. – K. : KNEU, 2000. – 460 s.
2. Balashova O.V. Podatkovi mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom / O.V. Balashova // Ekonomika: problemy teorii i praktyky. – 2003. – № 5. – S. 918–925.
3. Havrylenko N.V. Vplyv podatkovoho navantazhennia pidpriemnytskoi sfery na natsionalnu ekonomiku/ N.V. Havrylenko // Naukovyi visnyk. – 2007. – № 3(40). – S. 12-17.
4. Butska O.Iu. Metodyka otsinky podatkovoho navantazhennia: porivnialnyi analiz / O.Iu. Butska // Ahrosvit. – 2013. – № 24.– S. 25–27.

5. Novik O.I. Tlumachennia poniattia «podatkove navantazhennia» u vitchyzniani ta zarubizhnii literaturi / O.I. Novik // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2015. – Vyp. 6. – S. 756–762.
6. Sokolovska A.M. Teoretychni zasady vyznachennia podatkovoho navantazhennia ta rivnia opodatkovannia ekonomiky / A.M.Sokolovska // Ekonomika Ukrainy. – 2006. – № 7. – S. 4–13.
7. Kontseva V.V. Oblikovo-analitychne zabezpechennia otsinky podatkovoho navantazhennia pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / V.V. Kontseva, N.V. Antonenko, I.O. Karlova // Ekonomika ta suspilstvo. – 2021. – Vyp. 29. – Rezhym dostupu : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/547>
8. Paying Taxes methodology. The World Bank Group [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.doingbusiness.org/en/methodology/paying-tax>
9. Kuz V.I. Metodychni pidkhody do analizu podatkovoho navantazhennia na osnovni pokaznyky diialnosti subiekta hospodariuvannia / V.I. Kuz // Importance of Soft Skills for Life and Scientific Success: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Internet Conference, March 1-2, 2022. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. R. 130–133.
10. Ivanov Yu.B. Suchasne opodatkovannia: motyvatsiinyi aspekt : [monohrafiia] / Yu.B. Ivanov, O.L. Yeskov. – Kh. : INZHEK, 2007. – 328 s.
11. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo dii norm na period dii voiennoho stanu : Zakon Ukrainy vid 15.03.2022 r. № 2120-IX [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
12. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo osoblyvosti opodatkovannia ta podannia zvitnosti u period dii voiennoho stanu : Zakon Ukrainy vid 03.03.2022 r. № 2118-IX / Verkhovna Rada Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text>
13. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo osoblyvosti opodatkovannia ta podannia zvitnosti u period dii voiennoho stanu : Zakon Ukrainy vid 24.03.2022 r. № 2142-IX / Verkhovna Rada Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2142-%D0%86%D0%A5#Text>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-29>

УДК 658.152

Валентина СТАДНИК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2095-3517>

e-mail: stadnyk_v_v@ukr.net

Андрій ГОНЧАРУК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-4690-9781>

e-mail: goncharukam@gmail.com

Віталій ЙОХНА

Хмельницький національний університет

e-mail: vyokhna@gmail.com

Олена ГОНЧАРУК

Хмельницький національний університет

e-mail: goncharukam@gmail.com

МЕТОДОЛОГІЯ АНТИСИПАТИВНОГО ПІДХОДУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДИНАМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ХОДІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

Актуалізовано проблему відновлення діяльності промислових підприємств України в післявоєнний період на засадах реалізації інноваційних стратегій. Наведено результати аналізу інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2014–2020 роки та співвіднесено їх із динамікою відповідних витрат. Вказано на низьку віддачу від інноваційної діяльності. Зроблено припущення, що це є наслідком того, що при формуванні цільових орієнтирів інноваційних стратегій перевага надається показникам алокативної ефективності. Вказано на недоліки такого підходу і акцентовано на пріоритетності забезпечення адаптивної ефективності. Висловлено авторську позицію, що методологічною основою розроблення інноваційних стратегій промислових підприємств має бути антисипативний підхід у менеджменті. Аргументовано, що це потребує високої інформаційної чутливості в системі прийняття рішень, що досягається децентралізацією управління. Розроблено алгоритм обґрунтування рішень в системі децентралізованого управління системними трансформаціями підприємства на основі реалізації інноваційних стратегій.

Ключові слова: промислове підприємство, посткризове відновлення, конкурентоспроможність, системні трансформації, інноваційна стратегія, алокативна і адаптивна ефективність управлінських рішень, децентралізація управління.

Valentyna STADNYK, Andriy GONCHARUK,

Vitaliy YOKHNA, Olena GONCHARUK

Khmelnitskyi National University

METHODOLOGY OF ANTISPATIVE APPROACH IN ENSURING DYNAMIC SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE DURING THE IMPLEMENTATION OF INNOVATION STRATEGIES

The article actualizes the problem of post-crisis resumption of activity of industrial enterprises of Ukraine in the post-war period. It is argued that this requires systemic transformations of the business model based on the implementation of relevant innovation strategies. The results of the analysis of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine for 2014-2020 are presented and correlated with the dynamics of the corresponding costs. The low return on innovation is indicated. It is assumed that this is a consequence of the fact that in the formation of targets of innovation strategies, preference is given to indicators of allocative efficiency. The shortcomings of this approach are pointed out, the main of which is the lack of efficiency in the implementation of innovative changes, caused by the inconsistency of the structure of the innovative potential of the enterprise to the goals of innovative development. This causes the company to lag behind the schedule of innovative changes and threatens it with the loss of dynamic stability during the implementation of innovation strategies. The need to form a relevant theoretical and methodological basis to justify the choice of industrial enterprise innovation strategy, able to ensure the systemic transformation processes in conjunction with the goals of increasing competitiveness in the strategic period. The need to combine allocative and adaptive efficiency indicators in the formation of goals of innovative change is emphasized and the priority is given to the priority of ensuring adaptive efficiency. The author's position is expressed that the methodological basis for the development of innovative strategies of industrial enterprises should be an anticipatory approach in management. It is argued that this requires high information sensitivity in the decision-making system, which is achieved by decentralization of management. The algorithm of substantiation of decisions in the system of decentralized management of system transformations of the enterprise on the basis of realization of innovative strategies is developed.

Key words: industrial enterprise, post-crisis recovery, competitiveness, system transformations, innovation strategy, allocative and adaptive efficiency of management decisions, decentralization of management.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Зростання конкуренції за ринки і ресурси в сучасному глобальному економічному просторі, яке наразі перейшло у його найбільш агресивну форму у вигляді війни в самому центрі Європи, формує нові

виклики для суб'єктів економічної діяльності. Ці виклики є особливо відчутними для України, економіка якої найбільше страждає у тих секторах, які формували її експортний потенціал. І це не тільки виробництво металу та сільськогосподарської продукції – вцінт зруйновано і багато промислових підприємств з високотехнологічними виробництвами, що знаходились в Харкові, Миколаєві, Дніпрі, Одесі, Сумах та інших українських містах. Значна їх частина була учасниками глобальних технологічних ланцюжків створення цінності – завдяки унікальності технологій, закладених у виробничі системи. Їх релокація і відновлення діяльності потребуватимуть значних ресурсів і за цей час їх місце у логістичних ланцюжках постачань можуть встигнути зайняти інші. Тому відновлення таких виробничих систем навряд чи можливе і навіть доцільне в попередньому вигляді. Необхідні системні трансформації бізнесу, формування нової бізнес-моделі, яка має забезпечити життєздатність і конкурентоспроможність підприємств на глобальних ринках.

В умовах глобальних (а значить, відкритих для конкуренції) ринків одним із ключових чинників конкурентоспроможності підприємств є інноваційна діяльність. Однак лише за умов, що вона забезпечуватиме очікувані результати. Тобто створення і реалізацію таких інновацій, які системно нарощуватимуть конкурентні переваги підприємства. Це передбачає цілеспрямовану інноваційну діяльність у тому напрямі, в якому підприємство має сильні позиції для створення довготривалих конкурентних переваг. Водночас така діяльність має готувати організаційне або технологічне підґрунтя для формування нових конкурентних переваг, які можуть бути реалізовані в стратегічному періоді. Комплексність, багатофакторність і взаємообумовленість таких завдань є очевидною і їх успішна реалізація потребує розробки інноваційної стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблеми

Проблематика ефективного управління інноваціями постійно перебуває в колі наукового інтересу багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. І це логічно для ринкових економік, де інновації є основним джерелом формування конкурентних переваг і підтримання/нарощування конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Однак зміст і структура інноваційних завдань залежать від ринкового контексту. І якщо в країнах із розвинутою економікою і значною часткою високотехнологічних виробництв основна увага у сфері управління інноваціями приділяється питанням дифузії новітніх технологій у суміжні галузі, розбудови глобальних ланцюжків створення цінності [1–4], то в Україні, економіка якої все ще інституційно не відлагоджена і містить у своїй структурі квазіринкові елементи, більше досліджень присвячується створенню сприятливих умов для підвищення інноваційної активності підприємств. Причому не лише інституційних (як наприклад, [5–8]), а в розрізі проблем конкретного підприємства, зокрема, структурного наповнення його інноваційного потенціалу, оскільки саме структурні характеристики інноваційного потенціалу визначають спроможність підприємства до інновацій і його здатність реалізувати певну інноваційну стратегію. І приблизно в такому контексті досліджують проблеми управління інноваціями на промислових підприємствах Б. Ананьєв, Ш. Валітов, Ю. Головчук, О. Замазій, Т. Зубко, К. Ковтуненко, О. Ястремська та ін. [7–15]. Опираючись на ринкову логіку, у роботах цих, та багатьох інших науковців цільові орієнтири при розробленні інноваційних стратегій обираються переважно з комерційних позицій. Тобто, стратегія формується для створення комерційно привабливих продуктів – і за ціною, і за споживчими характеристиками. Однак в умовах сучасних глобальних викликів вибір інноваційної стратегії має здійснюватися з урахуванням її можливості забезпечити набуття підприємством стійких конкурентних переваг у стратегічному періоді, що актуалізує необхідність забезпечення його динамічної стійкості у ході трансформаційних процесів. Частково ці питання розглядалися нами у попередніх дослідженнях [16; 17]. Однак значні безпекові виклики, які постали перед більшістю промислових підприємств України в умовах війни, змушують по-новому підійти до вирішення завдань управління інноваціями – з позицій комплексності, проактивності і системності у роботі з середовищем господарювання, що є необхідною умовою відновлення їх функціонування у післявоєнний період.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Аналіз існуючого наукового доробку у сфері стратегічного управління інноваціями показав, що недостатньо дослідженими є питання взаємозв'язку інноваційної активності із стратегічними цілями розвитку промислових підприємств в світлі підтримання динамічної стійкості цих підприємств в ході їх трансформацій. Вирішення цих питань потребує формування релевантної теоретико-методологічної бази для обґрунтування вибору промисловим підприємством інноваційної стратегії, здатної забезпечити системність трансформаційних процесів у взаємозв'язку з цілями алокативної ефективності і нарощування конкурентоспроможності в стратегічному періоді. Авторська позиція полягає в тому, що для цього доцільно використовувати методологію антисипативного підходу.

Формулювання цілей статті

Виділити методологічні переваги та обґрунтувати доцільність застосування антисипативного підходу для підтримання динамічної стійкості промислового підприємства в ході реалізації інноваційних

стратегій, спрямованих на трансформацію бізнес-системи в напрямі посилення її здатності забезпечувати адаптивну і алокативну ефективність в умовах посткризового відновлення.

Виклад основного матеріалу

Зумовлені війною ресурсні й ринкові деструктивні процеси, з якими зіткнулося нині багато підприємств України, з усією гостротою актуалізували проблему вибору стратегії подальшого функціонування – для збереження себе як учасника ринкових процесів. Тому управління ними слід розглядати з позицій стратегічного підходу з чітко окресленими довгостроковими цілями. Це впливає із класичного визначення сутності стратегії, як комбінації «методів конкуренції та організації бізнесу, спрямованої на задоволення клієнтів та досягнення організаційних цілей» (18, с. 32). М. Портер підкреслював, що реалізація таких цілей потребує «створення унікальної вигідної позиції, яка передбачає певний набір видів діяльності» (19, с. 83). Створення такої позиції потребує усебічного аналізу бізнес-середовища, виділення основних ринкових трендів, а відтак – розв'язання багатьох взаємопов'язаних завдань, значна частина яких є інноваційними. Тому й вирішуватися вони мають в контексті інноваційної стратегії.

Умови реалізації промисловими підприємствами інноваційної стратегії в різних країнах суттєво відрізняються. На це впливає багато чинників – починаючи від структури макросередовища господарювання, рівня розвитку економіки країни та її місця в глобальному економічному просторі і завершуючи специфікою конкретного виду економічної діяльності, яким займається підприємство, що розробляє для себе таку стратегію. Не менш вагоме значення має і загальний рівень розвитку сектору досліджень і розробок (R&D) в країні, який характеризується обсягом відповідних витрат і має втілюватись у певні практичні розробки. На жаль, станом на 2020 р. частка даної галузі у ВВП України склала лише 3,04% – це суттєво менше, ніж у Франції (8,44%), Німеччині (6,24%), Польщі (5,92%), та Іспанії (4,68%) [20]. Доцільно припустити, що доволі низька практична віддача від вкладених коштів у сектор (R&D) в Україні зумовлює нехтування дослідженнями і розробками у реальному секторі економіки. Про це свідчать статистичні дані, які характеризують у динаміці витрати на інноваційну діяльність промислових підприємств у 2014–2020 роках (рис. 1, побудовано на основі даних статистичної звітності [21]).

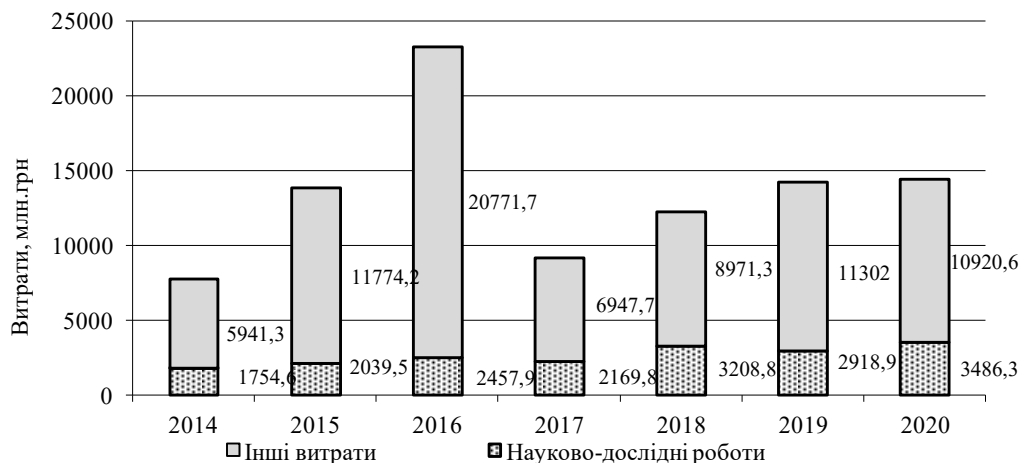


Рис. 1. Динаміка витрат на інноваційну діяльність промислових підприємств України в розрізі основних напрямів використання

Як видно із рис.1, витрати на НДР впродовж вказаного періоду зростали незначною мірою (приблизно в 1,9 раз в порівнянні абсолютних величин) і коливались в межах 25–35% від усього обсягу інноваційних витрат, а в 2015-2016 роках були навіть нижче 20%. Основна ж частина інноваційних витрат йшла на придбання обладнання (в т.ч. виробничо-технологічного) і програмного забезпечення. Тобто, кошти витрачались на придбання інноваційно-технологічних рішень, створених іншими. У 2016 році обсяги витрат на інноваційну діяльність були найбільшими – і переважно пішли на технологічне переоснащення. Порівняно з 2015 роком ці витрати зросли на 76,4% – з 11774,2 до 20771,7 млн грн. Проте основним чинником такого зростання загальних інноваційних витрат було різке знецінення гривні (технології і програмні продукти закуповуються переважно у іноземних виробників). Як видно із діаграми, витрати на НДР у 2016 р. зросли набагато менше (тільки на 20%). Це й спричинило зростання загальних витрат.

Таке співвідношення основних елементів інноваційних витрат на промислових підприємствах України вказує на те, що створенню власних знань на них не приділяється належної уваги. А стандартні технологічні рішення не створюють стійких конкурентних переваг. Можливо й тому віддача від інноваційної діяльності у промисловому секторі національної економіки є невисокою – як за часткою інноваційної продукції у загальному обсязі її реалізації, так і за показником економічної віддачі.

розрахованим як відношення обсягу реалізації інноваційної продукції з розрахунку на 1 грн витрат на інновації промислових підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка витрат і результатів інноваційної діяльності на промислових підприємствах України

Показники	Роки						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг реалізації продукції промисловими підприємствами, млрд грн.	1428,8	1776,6	2158	2625,8	3045,2	3019,4	3201,9
Частка інноваційної продукції в загальному обсязі її реалізації, %	2,5	1,4	-	0,7	0,8	1,3	1,9
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млрд грн.	35,72	24,87	-	18,38	27,33	38,20	50,49
Витрати на інновації промислових підприємств, млрд грн.	7,70	13,81	23,23	9,12	12,18	14,22	14,41
Обсяг реалізації усієї продукції з розрахунку на 1 грн витрат на інновації промислових підприємств грн/грн*	185,56	128,65	92,90	287,92	250,02	212,33	222,20
Обсяг реалізації інноваційної продукції з розрахунку на 1 грн витрат на інновації промислових підприємств, грн/грн*	4,64	1,80	-	2,02	2,00	2,69	3,50

Примітка: * власні розрахунки

Джерело: складено і розраховано за: [21; 22; 23; 24]

Результати розрахунків показників віддачі від інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств непрямим чином вказують на те, що інноваційна діяльність не може обмежуватися лише упровадженням нових типів технологічного устаткування, навіть якщо воно є прогресивним з погляду ресурсоощадності і екологічної безпеки. Необхідно доповнювати його новими рішеннями у сфері роботи з ринком, вибудовувати нову бізнес-модель господарювання. І саме в контексті цих завдань має формуватися інноваційна стратегія. Тобто основною метою інноваційної стратегії має бути побудова нової бізнес-моделі, а її деталізація у вигляді конкретних бажаних показників бізнесу виступатиме окремими цільовими орієнтирами у різних функціональних підсистемах менеджменту. Для цього необхідно максимально використовувати потенціал нових знань, концентрація яких у вигляді організаційного знання покращує можливість промислових підприємств рекомбінувати ресурси і процеси, розвивати споживчі властивості товарів, ефективно впливати на поведінку споживачів. А це має стати основним пріоритетом при виборі інноваційної стратегії для відродження промислових підприємств України.

Проблема формування нової бізнес-моделі економічної діяльності є однією із ключових проблем тих вітчизняних промислових підприємств, усталений бізнес яких виявився зруйнованим внаслідок війни. Необхідне його відродження у новій формі (нових моделях) роботи з конкурентним середовищем і споживчим ринком. Авторська позиція полягає в тому, що ключовою характеристикою такої бізнес-моделі має бути її висока адаптивність у поєднанні з алокативною ефективністю. Це поєднання потребує методологічного роз'яснення як щодо самої сутності, так і щодо інструментального втілення через обґрунтування і реалізацію інноваційної стратегії певного типу, яка забезпечить інноваційний розвиток підприємства.

Як зазначалось нами раніше, інноваційний розвиток промислових підприємств – це «обґрунтовані з урахуванням тенденцій НТП та споживчих потреб якісні зміни його техніко-технологічної складової, а також взаємоузгоджені з ними зміни у інших складових бізнес-системі, які сприяють поліпшенню здатності підприємства до створення продуктів з високою споживчою цінністю, що служить основою для його кількісного зростання і зміцнення ринкових позицій» [7, с.49]. Із цього визначення випливає, що реалізація інноваційної стратегії має забезпечити такі якісні зміни техніко-технологічної складової підприємства (однієї із ресурсних складових), які суттєво поліпшуватимуть використання інших ресурсних складових підприємства. Тобто, підвищуватимуть його *алокативну ефективність*. Вона відображає здатність суб'єкта господарювання забезпечувати високе значення співвідношення результатів і витрат, яке оцінюється показниками прибутковості (рентабельності). *Алокативна ефективність* є результатом систематичного й цілеспрямованого вдосконалення способів використання й трансформації ресурсів, задіяних у процесах створення споживчої цінності.

Така ефективність досягається завдяки високому рівню компетентності працівників різних підсистем управління, які проєктують операційну систему підприємства і забезпечують її функціонування в процесах створення цінності відповідно до міжнародних стандартів якості. І саме показники алокативної ефективності переважно беруться до уваги як цільові орієнтири формування стратегії діяльності підприємства та обґрунтування змісту її інноваційної складової – для формування нових бізнес-процесів з відносно високим потенціалом економічної віддачі (наступальна або імітаційна стратегія), вдосконалення існуючої бізнес-системи для роботи на традиційних сегментах ринку (захисна), чи введення нових елементів у цю систему для диференціації ринкових пропозицій і розширення своєї присутності на ринку (стратегії фокусування або виробничої диверсифікації).

Реалізація кожної із вказаних інноваційних стратегій потребує суттєвих трансформацій певних елементів існуючої бізнес-системи та зазвичай призводить до порушень у функціонуванні інших підсистем. Тому поряд із реалізацією цілей алокативної ефективності необхідно забезпечити умови для *адаптивної ефективності*. Адже, згідно принципових висновків теорії систем і теорії еволюції, відкрита система (якою і

є промислове підприємство) спроможна залишатись цілісним структурним утворенням і зберігати свою життєздатність саме завдяки високим адаптивним властивостям. Однак, на відміну від природних систем, адаптивні властивості яких проявляються у вигляді реакції на зміни середовища існування, для економічних систем такий реактивний підхід в управлінні змінами не сприятиме зростанню її життєздатності. Тут перевага має надаватись передбаченню і проактивності, що відповідає методологічним положенням антисипативного підходу в менеджменті.

Антисипативне управління – це управління, «спрямоване на випередження усіх можливих подій внутрішнього та зовнішнього оточення на засадах ідентифікування слабких сигналів у середовищі функціонування підприємницьких структур» [25]. Опираючись на антисипативний методологічний підхід у теорії систем, можемо стверджувати, що *адаптивна ефективність* характеризує здатність підприємства як економічної системи своєчасно та адекватно *взаємодіяти із зовнішнім середовищем*, не тільки реагуючи на його зміни, а й цілеспрямовано впливаючи на нього у своїх інтересах (забезпечуючи його майбутні зміни в сприятливому для свого функціонування напрямі). Завдяки адаптивній ефективності система може відновлювати свою алокативну ефективність після кожних трансформацій. Справедливо стверджувати, що основним джерелом і чинником такої ефективності є система менеджменту, зокрема досконалість її структури та процесів, що в ній відбуваються. Відштовхуючись від того, що основною метою формування нових бізнес-моделей вітчизняних промислових підприємств у ході відновного періоду має бути забезпечення їх конкурентоспроможності на світових ринках (а це має розглядатись у динамічному контексті тривалого стратегічного періоду), можна стверджувати, що для їх реалізації необхідно забезпечувати пріоритетність адаптивної ефективності над алокативною.

За мінливого і високо конкурентного середовища господарювання така адаптивність забезпечується, передусім, наявністю ефективного керуючого центру, який визначає цілі і засоби їх досягнення і, водночас, децентралізацією управління на нижчих рівнях управлінської ієрархії – через обґрунтоване і розподілене за сферами відповідальності структурування влади і повноважень та гнучкими інтеграційними зв'язками між усіма структурними елементами. Слід підкреслити, що формування чітких цільових установок є вихідною функцією управління, яка надає сенс діяльності, формує її напрям і вказує на бажані результати. Цілепокладання в розрізі організаційної ієрархії забезпечує узгодженість цілей спільної діяльності підприємства в різних функціональних сферах, без чого неможливо досягти загальної результативності, і тим більше – ефективності. Зрозуміло, що система цілей інноваційної діяльності навіть за однакових типів інноваційних стратегій матиме різну конфігурацію в різних господарських ситуаціях – залежно від масштабів і видів діяльності підприємств, кон'юнктури ринку і конкурентного тиску на ньому. До того ж, вона може вибудовуватись на різних підходах до структурування влади і повноважень, особливостей вертикального і горизонтального взаємоузгодження управлінських рішень, стилю і методів управління тощо

Не менш важливим елементом адаптивної ефективності є формування в системі менеджменту релевантних інформаційних потоків для усієї сукупності осіб, що можуть брати участь у обґрунтуванні та ухваленні управлінських рішень. Водночас має бути забезпечено достатній рівень транспарентності інформаційного супроводу процесів прийняття і реалізації управлінських рішень. Це відповідає функціональним особливостям антисипативного управління, яке опирається на процеси своєчасного виявлення слабких сигналів ринку і їх правильної інтерпретації для планування дій на випередження. А це можливо лише за високої інформаційної чутливості системи менеджменту, яка забезпечується децентралізацією і структурною гнучкістю реалізації управлінських функцій, а значить – оперативністю їх прийняття.

Оперативність прийняття обґрунтованих управлінських рішень є визначальними чинниками конкурентоспроможності сучасних підприємств, оскільки дають їм змогу бути проактивними у взаємодії із зовнішнім середовищем. Однак децентралізація управління містить ризики прийняття помилкових рішень, які особливо ймовірні при розробленні інноваційної стратегії (адже вона характеризується високим рівнем невизначеності). Ці ризики зменшують алокативну ефективність реалізації інноваційних змін і їх необхідно мінімізувати. В умовах децентралізації управління це досягається тим, що особи, які приймають рішення, мають повною мірою нести відповідальність як за позитивні, так і за негативні наслідки їх реалізації. Тому процедура прийняття мало структурованих рішень (якими насичена інноваційна стратегія) згідно делегованих повноважень за рівнями управління має передбачати певні контури їх прийняття, які окреслюються цілями, конкретизуються сукупністю критеріїв і вказують на обмеження, якими не можна нехтувати (рис. 2, авторська розробка).

При цьому важливо розглядати інноваційні стратегії з позицій їх внеску у якісний розвиток підприємств, з позицій їх здатності забезпечувати системні трансформації суб'єкта господарювання у відповідь на ринкові виклики. З огляду на особливості реалізації інноваційних стратегій різних типів важливо визначити можливості кожної з них у реалізації якісних і системних трансформацій промислового підприємства з позицій нарощування його конкурентних переваг на відкритих ринках.

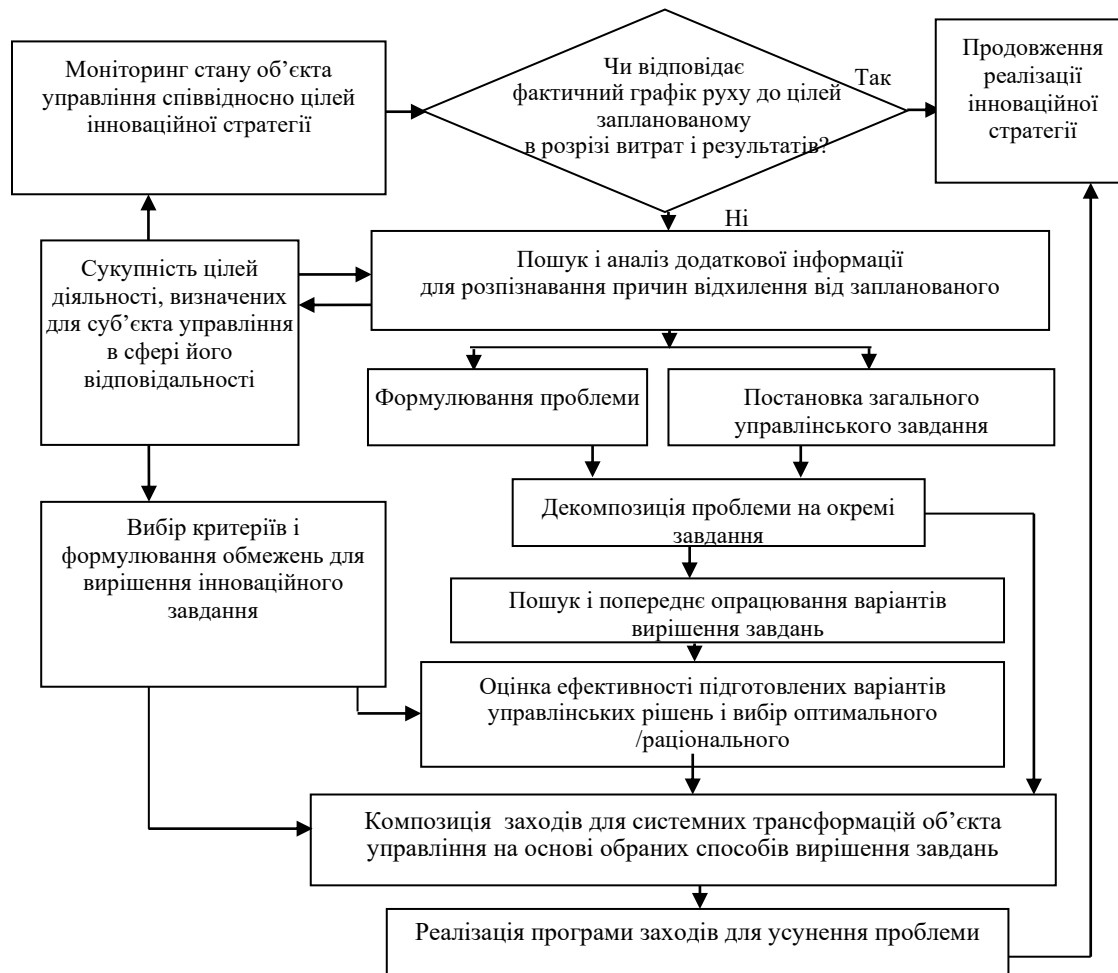


Рис. 2. Алгоритм обґрунтування рішень в системі децентралізованого управління системними трансформаціями підприємства

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Формування науково-методичного інструментарію управління системними перетвореннями промислових підприємств на основі обґрунтованих інноваційних стратегій є актуальним завданням для вітчизняного бізнесу – зважаючи на те, що багато виробничих підприємств, які формували експортний потенціал вітчизняної економіки, зазнали катастрофічних руйнувань внаслідок війни і відновлення їх діяльності має здійснюватися на інноваційній основі. У статті наведено результати аналізу інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2014–2020 роки та співвіднесено їх із динамікою відповідних витрат. Вказано на низьку віддачу від інноваційної діяльності і зроблено припущення, що це свідчить про недостатній рівень фаховості управлінського персоналу при розробленні інноваційних стратегій. Зокрема, на те, що цільовими орієнтирами при їх формуванні обирають показники алокативної ефективності. Вказано на недоліки такого підходу і акцентовано на пріоритетність забезпечення адаптивної ефективності. Висловлено авторську позицію, що методологічною основою розроблення інноваційних стратегій промислових підприємств має бути антисипативний підхід у менеджменті. Аргументовано, що це потребує високої інформаційної чутливості в системі прийняття рішень, що досягається децентралізацією управління. Розроблено алгоритм обґрунтування рішень в системі децентралізованого управління системними трансформаціями підприємства на основі реалізації інноваційних стратегій. Підкреслено, що з огляду на особливості реалізації інноваційних стратегій різних типів важливо визначити можливості кожної з них у реалізації якісних і системних трансформацій промислового підприємства з позицій нарощування його конкурентних переваг на відкритих ринках. Це і визначено предметом подальших розвідок у цьому напрямі.

Література

1. Чесбро Г. Открытые инновации: создание прибыльных технологий ; пер. с англ. В. Н. Егорова. Москва : Поколение, 2007. 336 с.
2. Гречко М. В. Мировые тенденции инновационного развития экономики. *Экономика и предпринимательство*. 2012. № 4 (27). С. 49–53.

3. Edler J., Fagerberg J. Innovation policy: What, why, and how. *Oxford Review of Economic Policy*. 2017. Vol. 33. No 1. Pp. 2–23. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxrep/grx001>.
4. Kowalski P., Lopez-Gonzalez J., Ragoussis A., Ugarte C. Developing countries participation in global value chains and its implications for trade and trade related policies. *OECD Trade Policy Paper*. 2015. No. 179.
5. Амоша О. І. Саломатіна Л. М. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи. *Економіка України*. 2017. № 3. С. 20–34.
6. Геец В. М. Бар'єри на пути развития промышленности на инновационной основе и возможности их преодоления. *Економіка України*. 2015. № 1. С. 4–25.
7. Функціональні стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств : монографія / за наук. ред. В.В.Стадник. Хмельницький : ХНУ, 2016. 446 с.
8. Ястремська О. М., Демченко Г. В. Активізація інноваційної діяльності підприємств : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. 232 с.
9. Ананьєв Б. Формування інноваційного потенціалу : можливості підприємства та умови ринку. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2014. № 3. С. 14–21. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/38>
10. Валітов Ш.М., Хакімов А.Х. Інноваційний потенціал як основа інноваційної стратегії розвитку підприємства. *International Conference on Applied Economics, 2-4 July, Procedia Economics and Finance*, 2015. T. 24. С. 716–721. Doi:10.1016/S2212-5671(15)00682-6/
11. Holovchuk J., Stadnyk V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. *International Journal of Economics and Society*. 2017. Vol. 2. Iss. 9. P. 39–45.
12. Зубко Т., Андреева В. Зміст, поняття і методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 1. С. 74–81. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/633>
13. Kovtunen K.V., Ananiev B.S. Formation of innovation potential of industrial enterprise in the economy of knowledge. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt), 2018. 215 p.
14. Stadnyk V., Krasovska G., Holovchuk Yu. Marketing dominant in models of entrepreneurial structures innovative potential development for competitive business strategy realization. *Modeling the development of the economic systems*. 2021. No 1. P. 30–41. <https://doi.org/10.31891/mdes/2021-1-4>.
15. Zamazii O., Stadnyk V., Sokoliuk G., Prylepa N. Optimization management model of the industrial enterprise innovation potential development on the basis of a value-oriented approach. *Advances in economics, business and management research*. 2019. Vol. 95. P. 38–43.
16. Стадник В.В., Йохна В.М., Чуняк О.В. Напрями формування практичного інструментарію управління фінансово-економічною безпекою підприємств в стратегіях інноваційного розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. № 2. С. 66–73.
17. Stadnyk V., Izhevskiy P., Khrushch N., Lysenko S., Tomalja T., Sokoliuk G. Strategic priorities of innovation and investment development of the Ukraine's economy industrial sector. *Proceedings of the Selected Papers of the Special Edition of International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy* (M3E2-MLPEED 2020), CEUR, Vol-2713, p. 145–166.
18. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд III А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е изд. ; пер с англ., под ред. Я.М. Макаровой. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2006. 928 с.
19. Портер М.Э. Конкуренция. Пер с англ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
20. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році : науково-аналітична записка / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда, Т.К. Кваша та ін. К. : УкрІНТЕІ, 2021. 39 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2021/06/23/AZ.nauka.innovatsiyi.2020> (дата звернення 14. 05.2022).
21. Державна служба статистики України. Витрати на інновації промислових підприємств за напрямами інноваційної діяльності (2000-2020). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 11.05.2022).
22. Державна служба статистики України. Наука, технології та інновації. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html (дата звернення 14. 05.2022).
23. Державна служба статистики України. Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 14.05.2022).
24. Державна служба статистики України. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010-2020 роках. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 14.05.2022).
25. Ashley W. C., Morrison J. L. Anticipatory Management: Tools for Better Decision Making. *The Futurist*. 1997. № 31 (5). P. 47–50.

References

1. Chesbro G. Otkrytye innovacii: sozdanie priblynyh tehnologij ; per. s angl. V. N. Egorova. Moskva : Pokolenie, 2007. 336 s.
2. Grechko M. V. Mirovye tendencii innovacionnogo razvitiya ekonomiki. *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2012. № 4 (27). S. 49–53.
3. Edler J., Fagerberg J. Innovation policy: What, why, and how. *Oxford Review of Economic Policy*. 2017. Vol. 33. No 1. Pp. 2–23.

DOI: <https://doi.org/10.1093/oxrep/grx001>.

4. Kowalski P., Lopez-Gonzalez J., Ragoussis A., Ugarte C. Developing countries participation in global value chains and its implications for trade and trade related policies. OECD Trade Policy Paper. 2015. No. 179.
5. Amosha O. I. Salomatina L. M. Innovatsiyni rozvytok promyslovykh pidpriemstv u rehionakh: problemy ta perspektyvy. *Ekonomika Ukrainy*. 2017. № 3. S. 20–34.
6. Geec V. M. Barery na puti razvitiya promyshlennosti na innovacionnoj osnove i vozmozhnosti ih preodoleniya. *Ekonomika Ukrainy*. 2015. № 1. S. 4–25.
7. Funktsionalni stratehii innovatsiynoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv : monohrafiia / za nauk. red. V.V.Stadnyk. Khmelnytskyi : KhNU, 2016. 446 c.
8. Yastremska O. M., Demchenko H. V. Aktyvizatsiia innovatsiynoi diialnosti pidpriemstv : monohrafiia. Kharkiv : FOP Liburkina L. M., 2018. 232 s.
9. Ananiev B. Formuvannia innovatsiynoho potentsialu : mozhlyvosti pidpriemstva ta umovy rynku. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. 2014. № 3. S. 14–21. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/38>
10. Valitov Sh.M., Khakimov A.Kh. Innovatsiyni potentsial yak osnova innovatsiynoi stratehii rozvytku pidpriemstva. *International Conference on Applied Economics, 2-4 July, Procedia Economics and Finance*, 2015. T. 24. C. 716–721. Doi:10.1016/S2212-5671(15)00682-6/
11. Holovchuk J., Stadnyk V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. *International Journal of Economics and Society*. 2017. Vol. 2. Iss. 9. P. 39–45.
12. Zubko T., Andriieva V. Zmist, poniattia i metody otsinky innovatsiynoho potentsialu pidpriemstva. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. 2016. № 1. S. 74–81. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/633>
13. Kovtunen K.V., Ananiev B.S. Formation of innovation potential of industrial enterprise in the economy of knowledge. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt), 2018. 215 p.
14. Stadnyk V., Krasovska G., Holovchuk Yu. Marketing dominant in models of entrepreneurial structures innovative potential development for competitive business strategy realization. Modeling the development of the economic systems. 2021. No 1. P. 30–41. <https://doi.org/10.31891/mdes/2021-1-4>.
15. Zamazii O., Stadnyk V., Sokoliuk G., Prylepa N. Optimization management model of the industrial enterprise innovation potential development on the basis of a value-oriented approach. *Advances in economics, business and management research*. 2019. Vol. 95. P. 38–43.
16. Stadnyk V.V., Yokhna V.M., Chuniak O.V. Napriamy formuvannia praktychnoho instrumentariu upravlinnia finansovo-ekonomichnoi bezpekoii pidpriemstv v stratehiakh innovatsiynoho rozvytku. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu*. 2018. № 2. S. 66–73.
17. Stadnyk V., Izhevskiy P., Khrushch N., Lysenko S., Tomalja T., Sokoliuk G. Strategic priorities of innovation and investment development of the Ukraines economy industrial sector. *Proceedings of the Selected Papers of the Special Edition of International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2-MLPEED 2020), CEUR, Vol-2713*, p. 145–166.
18. Tompson-m. Artur A., Striklend III A.Dzh. Strategicheskij menedzhment: koncepcii i situacii dlya analiza. 12-e izd. ; per s angl., pod red. Ya.M. Makarovoj. Moskva : Izdatelskij dom «Vilyams», 2006. 928 s.
19. Porter M.E. Konkurenciya. Per s angl. Moskva : Izdatelskij dom «Vilyams», 2005. 608 s.
20. Stan naukovo-innovatsiynoi diialnosti v Ukraini u 2020 rotsi : naukovo-analitychna zapyska / T.V. Pysarenko, T.K. Kuranda, T.K. Kvasha ta in. K. : UkrINTEI, 2021. 39 s. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2021/06/23/AZ.nauka.innovatsiyi.2020> (data zvernennia 14. 05.2022).
21. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Vytraty na innovatsii promyslovykh pidpriemstv za napriamamy innovatsiynoi diialnosti (2000-2020). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia 11.05.2022).
22. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Nauka, tekhnolohii ta innovatsii. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html (data zvernennia 14. 05.2022).
23. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Obsiah realizovanoi innovatsiynoi produktsii (tovariv, posluh) za vydamy ekonomichnoi diialnosti. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia 14.05.2022).
24. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Obsiah realizovanoi promyslovoi produktsii (tovariv, posluh) za vydamy ekonomichnoi diialnosti u 2010-2020 rokakh. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia 14.05.2022).
25. Ashley W. C., Morrison J. L. Anticipatory Management: Tools for Better Decision Making. *The Futurist*. 1997. № 31 (5). P. 47–50.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-30>

УДК 339.138

Анна ДАНИЛЮК

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-3839-6886>

anya.danylyuk.97@gmail.com

НЕЙРОМАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ: ГНОСЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

Метою даної роботи є аналіз нейромаркетингових технологій та їх застосування в формуванні стратегії бренду. На сьогоднішній день нейромаркетинг – це новий напрямок маркетингових досліджень, що базується на нейробіології, психології та маркетингу. Дана комбінація, допомагає маркетологам досліджувати, як фізіологічно на людський мозок впливає реклама, маркетингова стратегія.

Нейромаркетинг застосовує різноманітний інструментарій, такий як електроенцефалографія, магнітно-резонансна спектродіагностика, функціональна магнітно-резонансна томографія, магнітоенцефалографія, айтрекінг, аналіз висоти голосу, розпізнавання обличчя, шкірна гальванічна реакція, позитронно-емісійна томографія, транскраніальна магнітна стимуляція, емісійна комп'ютерна томографія та інші. Дані інструменти ефективно застосовуються при створенні стратегії бренду та рекламній кампанії так, як за допомогою них можна дізнатися про наміри клієнтів, а внаслідок маркетолог може створити сильний, сприятливий і позитивний імідж бренду в свідомості покупця, щоб активізувати емоції, які у свою чергу, приведуть до рішення про покупку.

Технології нейромаркетингу виводять формування стратегії бренду на новий рівень, оскільки дозволяють створювати маркетингові матеріали, які знаходять відгук у аудиторії. Так як більшість споживачів асоціюють з брендами певні емоції та ментальні образи, то вони можуть створити або зіпсувати враження про продукт чи кампанію. Під час досліджень було встановлено, що успіх маркетингової стратегії залежить від прогнозування попиту та переваг покупців. Тому більшість компаній використовують нейромаркетинг, для визначення шляхів прийняття рішення людиною.

Позитивний імідж бренду активує емоційний мозок, який передає інформацію раціональному мозку, змінюючи сприйняття до нього. Маркетологи повинні створити сильний та надійний імідж у свідомості цільових клієнтів за допомогою маркетингової стратегії. Тому, якщо маркетологи будуть застосовувати технології нейромаркетингу, то вони нададуть максимальну користь і створять безпрограшну ситуацію для обох сторін.

Ключові слова: нейромаркетинг; маркетинг; бренд; стратегія; електроенцефалографія; магнітно-резонансна спектродіагностика; функціональна магнітно-резонансна томографія; магнітоенцефалографія; айтрекінг; аналіз висоти голосу.

ANNA DANYLYUK

Western Ukrainian National University

NEUROMARKETING TECHNOLOGIES IN BRAND STRATEGY FORMATION: EPISEOLOGICAL FUNDAMENTALS

The purpose of this work is to analyze neuromarketing technologies and their application in the formation of brand strategy. Today, neuromarketing is a new area of marketing research based on neurobiology, psychology and marketing. This combination helps marketers to investigate how physiologically the human brain is affected by advertising, marketing strategy.

Neuromarketing uses a variety of tools such as: electroencephalography, magnetic resonance imaging, functional magnetic resonance imaging, magnetic encephalography, iTracking, voice pitch analysis, facial recognition, skin galvanic response, positron emission tomography, positron emission tomography and other. These tools are used effectively in creating a brand strategy and advertising campaign, as they can learn about the intentions of customers, and as a result, the marketer can create a strong, favorable and positive brand image in the minds of buyers to activate emotions, which in turn lead before the purchase decision.

Neuromarketing technologies take the formation of brand strategy to a new level, as they allow you to create marketing materials that find a response in the audience. Just as most consumers associate certain emotions and mental images with brands, they can create or spoil the impression of a product or campaign. During research, it was found that the success of a marketing strategy depends on forecasting demand and customer preferences. Therefore, most companies use neuromarketing to determine how people make decisions.

A positive brand image activates the emotional brain, which transmits information to the rational brain, changing perceptions of it. Marketers need to create a strong and reliable image in the minds of target customers through marketing strategy. Therefore, if marketers use neuromarketing technologies, they will maximize the benefits and create a win-win situation for both parties.

Keywords: neuromarketing; marketing; brand; strategy; electroencephalography; magnetic resonance spectrography; functional magnetic resonance imaging; magnetoencephalography; iTracking; pitch analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На сьогоднішній день класичні маркетингові технології стали менш ефективними, а відомі дієві маркетингові прийоми не влучають у ціль. Щодня кожна людина піддається впливу безлічі інформації, внаслідок чого мозок споживача вже настільки звик, що його атакують різноманітні канали ЗМІ: телебачення, радіо, інтернет, газети, журнали, каталоги, спам та інші, що виробив захисний механізм на так зване рекламне сміття [1].

З кожним роком кількість брендів збільшується за рахунок реклами, ЗМІ, різних методів просування, тому кожен прагне привернути увагу клієнтів [2]. Проте рекламна інформація не зберігається в довготривалій пам'яті, а в умовах її зростаючого обсягу збільшується рівень рекламного шуму, тобто достукатися до споживача із рекламним повідомленням стає набагато важче. Тому створення ефективної стратегії бренду стає складним завданням [3].

Щоб сформувати ефективну маркетингову стратегію для бренду, маркетологам потрібно володіти не тільки стандартними методами маркетингу, а й інформацією про те, чому і як клієнти приймають рішення про покупку. Під час досліджень було встановлено, що мозкова діяльність людини переважно ірраціональна, оскільки близько 85–95 % рішень людини приймаються на підсвідомому та емоційному рівні [4]. Ці висновки відкрили величезні перспективи та можливості впливу на споживачів і відповідно попит на той чи інший продукт. Тому велике значення має нейромаркетинг, який аналізує поведінку споживачів, поєднуючи в собі нейронауку, психологію та маркетинг.

Завдяки різноманітним психологічним, фізіологічним та неврологічним тестам компанії можуть зазирнути в свідомість своїх споживачів. За допомогою технологій нейромаркетингу, виникає можливість краще зрозуміти, як правильно звернутися до споживачів, та отримати більш чітку відповідь щодо рентабельності інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед дослідників, які вивчали нейромаркетинг потрібно виділити Шаталов М.А. [5], Мичка С.Ю. [6], Девіда Льюїса [6], Ель Смідтс [7] та ін. Проте, саме дослідженнями нейромаркетингових технологій у формуванні стратегії бренду займалися Морін Ч. [8], Котлер П., Келлер К.Л. [9], Мадан Р.Ц. [10], Боксем М.А. [4] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

На даний момент питання нейромаркетингових технологій у формуванні маркетингових стратегій потребує додаткових досліджень так, як постійно виникають нові інструментарії.

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає в обґрунтуванні гносеологічних засад нейромаркетингових технологій у формуванні стратегії бренду.

Виклад основного матеріалу

Термін нейромаркетинг вперше ввів Ель Смідтс у 2002 році, але засновником та рушійною силою напрямку являється професор Мартін Ліндстром (Оксфордський університет). Він провів дослідження на понад 2000 експериментальних мозках, виявляючи різні маркетингові стимули, як-от ефект сублімованих повідомлень, неоригінальних брендів і логотипів, попереджень щодо здоров'я та безпеки, дизайну та упаковки продукту. Він зробив висновок, що більшість клієнтів приймали остаточні рішення про покупку на підсвідомому рівні [7].

Нейромаркетинг використовується для нейробиологічних досліджень реакцій мозку на збудники та передбачає, що людський мозок має окремі функціональні області, що визначають поведінку на подразники підсвідомо. Об'єднуючи в собі нейронауку, психологію та маркетинг [11].

Використовуючи технології нейромаркетингу, маркетологи можуть легко з'ясувати, як клієнти реагують на продукт, бренд та рекламу, що є неможливим при застосуванні традиційних методів маркетингу [12]. Дана інформація являється актуальною при оптимізації бренду та коригуванні стратегій просування, тим самим підвищуючи ефективність маркетингу. Це означає, що маркетологи, які добре знаються на поведінці та психології споживачів, зазвичай будуть найбільш ефективними при створенні сильних, орієнтованих на клієнта компаній [10].

За останні кілька років відбулися принципові зміни в можливостях прямого вивчення активності головного мозку. Це дозволяє досягти значних успіхів у розумінні ролі людського мозку в прийнятті різноманітних рішень. Тому розглянемо детальніше деякі основні технології нейромаркетингу, що зображені на рис. 1:

- електроенцефалографія (ЕЕГ) – це вимірювання ритмів активності нейронів мозку, що змінюються внаслідок зміни характеристик уваги, емоційного стану, що враховується при розробці рекламних звернень до цільової аудиторії;

- магнітно-резонансна спект로그рафія (МР-спект로그рафія) дозволяє отримувати динамічні карти розподілу біологічно активних речовин у мозку людини, за рахунок специфічності частот резонансу деяких речовин, в умовах високої напруженості магнітного поля; це дає підстави для оцінки психофізичних станів щодо того чи іншого бренду;

- функціональна магнітно-резонансна томографія (ФМРТ) – це інструмент, який використовується для оцінки збільшення рівня кисню в кровотоці мозку. За допомогою нього можна диференціювати конкретні нейрони, які впливають на рішення про покупку. На основі цих даних маркетологи, як правило,

розробляють максимально ефективні рекламні звернення, які, на їхню думку, звертають до «потрібних» почуттів і викликають «правильні» емоції [11];

- магнітоенцефалографія (МЕГ) використовується для вимірювання нейронної активності мозку людини. Для вимірювання електромагнітного поля використовуються надчутливі датчики внаслідок, чого надається інформація про структуру мозку [13];

- айтрекінг – аналіз руху очей (відстеження точок фокусування погляду людини). Це дає можливість вловлювати схвальні, або, навпаки, обурені, дратівливі та інші емоції щодо конкретних товарних пропозицій та нових видів послуг [14];

- аналіз висоти голосу вимірює зміни в голосі респондента в емоційних реакціях, таких як щастя, смуток, страх, гнів. Вимірювання відбувається за допомогою комп'ютерного обладнання із аудіосистемою [15];

- розпізнавання обличчя допомагає виміряти рухи мимічних м'язів, пов'язані з потилично-лобними та круговими м'язами, щоб перевірити тип емоцій (смуток, щастя, байдужість, біль тощо). Він має багато переваг, таких як висока просторова роздільна здатність, висока достовірність, аналіз реакцій смаку, нюху та слуху [16];

- шкірна гальванічна реакція – ще один метод, який вимірює зміни електричного опору шкіри, який пов'язаний з афективним станом респондента. Вимірюється психогальванометром [15]. Цей метод здатний ідентифікувати певні нейронні реакції, які викликають емоції, такі як щастя, смуток, страх, гнів та байдужість [17].



Рис. 1. Технології нейромаркетингу

Крім цих вище перерахованих технологій використовують такі, як: позитронно-емісійна томографія, психо-лінгвістичні дослідження, реєстрація параметрів роботи серцево-судинної системи, транскраніальна магнітна стимуляція (ТМС), емісійна комп'ютерна томографія (ЕКТ), позитронно-емісійна томографія (ПЕТ) та функціональна магнітно-резонансна томографія (ФМРТ) [18].

Дані інструменти дають уявлення не тільки про те, що думають і відчувають клієнти, а й про те, як вони підсвідомо реагують на певний бренд. Оскільки вони надають більш детальну інформацію про те як клієнт приймає рішення про покупку, ніж традиційні маркетингові методи [8].

Таким чином, для того, щоб зрозуміти, чому одна реклама працює, а інша ні, чому споживач здійснює спонтанні покупки, фахівці, вивчають усі сторони потенційної поведінки споживачів. При цьому оцінюються міміка, сконцентрованість уваги, пульс, мозок, шкіра, голос та рухи.

Стимули, що використовуються в нейромаркетингу, можуть бути візуальними, слуховими, нюховими, тактильними або будь-якою їх комбінацією, з потенціалом охоплення широких маркетингових елементів, таких як продукти, упаковка, ціноутворення та реклама, серед іншого. Ті стимули, які викликають найсильніші та найпозитивніші реакції під час дослідження, пізніше підкріплюються та використовуються для залучення клієнтів, стимулювання продажів, формування специфічних відчуттів, очікувань тощо.

Застосування нейромаркетингу при формуванні стратегії бренду надає потужні можливості при просуванні та управлінні брендом. Бренд — це назва, термін, знак, символ, дизайн або їх комбінації, які допомагають ідентифікувати товари або послуги продавця та відрізнити їх від товарів або послуг конкурентів [9]. Так, як більшість споживачів асоціюють з брендами певні емоції та ментальні образи [19], то вони, можуть створити або зіпсувати враження про продукт чи кампанію. Під час досліджень, було встановлено, що успіх маркетингової стратегії залежить від прогнозування попиту та переваг покупців. Тому більшість компаній використовують нейромаркетинг, для визначення шляхів прийняття рішення людиною [20].

Використовуючи такий інструмент нейромаркетингу, як ФМРТ, можна дізнатися про наміри клієнтів і створити більш привабливі бренди. Так, як при зіткненні клієнтів з логотипом бренду, рівень кисню в їхній крові підвищується в середній області кори головного мозку, викликаючи психічне залучення. Потім мозок оцінює, чи важливий цей бренд для людини. Чим більший ступінь активації, тим більше конфліктів виникає. За допомогою нейромаркетингу можна підвищити ступінь активації бренду, щоб мати більший вплив на клієнтів [10]. А дані про дотик у маркетинговій стратегії роблять бренд більш доступним для споживачів за допомогою встановлення довірливого зв'язку з цільовою аудиторією.

Для побудови ефективної стратегії бренду широкого застосування має ще одна технологія нейромаркетингу – «ефект дефіциту». Чим більше «обмежений» продукт чи послуга, тим більш спокусливою вона стає. Так, як більшість людей, як правило, мають тенденцію хотіти того, що є в обмеженій кількості. Маркетологи, які використовують даний метод, мають на меті перетворити процес купівлі у захоплюючий і стимулюючий, звертаючись до первинного бажання людей бажати оволодіти товаром або послугою, яка є в обмеженій кількості. Проте навіть після того, як потенційний клієнт придбають продукт або скористаються послугою, думка про наявність ексклюзиву змусить їх цінувати це ще більше.

Дану технологію успішно застосовують багато відомих компаній. Наприклад, Amazon опанував мистецтво «обмеженої пропозиції часу». Було помічено, що клієнти компанії Джеффа Безоса активно роблять покупки, коли бачать таймер зворотного відліку на сторінці [21].

Важливою технологією нейромаркетингу є ідея, що споживачі більше реагують на біль, ніж на задоволення. Тому маркетологи повинні завжди підкреслювати переваги та особливості користування послугою або продуктом. Однак клієнти приділяють більше уваги речам, які можуть їм зашкодити, ніж тим, що принесуть їм задоволення, коли справа доходить до рішення про покупку.

Застосування кольорової гами, являється чудовим способом спрямування аудиторію, щоб вона відчувала те, що має транслювати продукт або послуга. Ключовим моментом є визначення конкретної емоції чи настрою, яку потрібно досягти. Так, як кожен колір передає певну емоцію цільовій аудиторії. Наприклад, фіолетовий, як правило, сприймається як унікальний і різкий. Червоний – це сміливий, захоплюючий і авантюрний тоді, як синій зазвичай асоціюється з чистотою, чесністю та щирістю. Свіжість і органічність зазвичай передається через зелений колір. У той же час жовтий або помаранчевий символізує надію і оптимізм.

Правильно підібрана кольорова гама має транслювати, емоції, які вона має викликати у потенційних клієнтів.

Нейромаркетинг являється потужним інструментом, зокрема, коли справа доходить до встановлення довіри, зв'язку з клієнтами і навіть для збільшення продажів. Успішний брендинг або упаковка компанії може не тільки перетворити відвідувачів у потенційних клієнтів, але й створити постійних споживачів, які є лояльними [21].

Враховуючи всі ці дані, технології нейромаркетингу при формуванні стратегії бренду, дозволяють підкреслити унікальність компанії серед інших. Тому маркетологи повинні розвивати позитивний і сприятливий імідж бренду в свідомості клієнтів, розробляючи привабливу рекламу з емоційним змістом. У нейромаркетингових дослідженнях емпірично доведено, що більшість рішень про покупку приймається емоційно. Тому ініціатива щодо створення емоційної прихильності є першочерговим завданням маркетологів бренду для покращення маркетингової ефективності.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Зараз світ спостерігає за технологіями, які можуть контролювати психічні процеси та керувати ними. На відміну від традиційних методів маркетингових досліджень, нейромаркетинг дозволяє фіксувати невимовлену когнітивну та емоційну реакцію споживачів на різні маркетингові стимули та може прогнозувати рішення споживачів про покупку. З огляду на великий обсяг реклами, з якою люди мають справу прямо чи опосередковано щодня, методи нейромаркетингу можуть бути потужним інструментом, який допоможе краще зрозуміти, як залишатися на цьому великому конкурентному ринку. Інструментарій нейромаркетингу, а саме ФМРТ, ЕЕГ, відстеження очей, дають уявлення не тільки про те, що людина відчуває і думає, а й про те, як вона підсвідомо реагує на певний бренд.

Також було виявлено, що інструменти нейромаркетингу можуть розпізнавати конкретні ділянки, прифронтальної кори мозку, які активовані під час певних типів когнітивної та емоційної обробки, що спонукають клієнта до покупки певного бренду. Дану інформацію не можна зібрати за допомогою традиційних методів маркетингового дослідження. Тому, якщо маркетологи будуть застосовувати технології нейромаркетингу, то він надасть максимальну користь і створить безпрограшну ситуацію для маркетологів і клієнтів.

Нейромаркетинг надає прямий шлях до розуміння та зміни поведінки користувача, що є центральною метою маркетингу. Використовуючи нейромаркетингові технології, можна перевірити ефективність реклами, вибрати ефективний дизайн і колір продукції, вжити заходів для покращення брендингу.

Хороший імідж бренду активує емоційний мозок, який передає інформацію раціональному мозку, змінюючи сприйняття до нього. Тому маркетологи повинні створити сильний, сприятливий і надійний імідж у свідомості цільових клієнтів за допомогою маркетингової стратегії:

- упаковка товару повинна бути привабливою, щоб вона викликала якомога більше емоцій;
- рекламні повідомлення мають бути короткими, простими та привабливими, щоб клієнти могли легко їх зрозуміти;
- емоційний зміст потрібно розміщувати на початку та в кінці реклами;
- рекламне повідомлення має викликати глибокі емоції одержувача, які викликають емоційний мозок, відповідальний за процес прийняття рішень.

Література

1. Van Langendonck N. 2015. Is neuromarketing the future of advertising? URL: <http://www.hifluence.eu/hi-people/is-neuromarketing-the-future-of-advertising/>
2. Martin Fett. Neuromarketing in Sports- How Emotions strengthen the Consumers Perception of Brand, Master's Thesis of Martin Fett. Faculty of Communication Sciences. 2011. P. 1–29.
3. Практическое применение концепций нейромаркетинга. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/61013/7512/>
4. Boksem M. A., & Smidts A. Brain responses to movie trailers predict individual preferences for movies and their population-wide commercial success. *Journal of Marketing Research*. 2015. № 52(4). P. 482–492.
5. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Нейромаркетинг как драйвер управления потребительским поведением. *Наука. Мысль*. 2016. № 8. С. 165–167.
6. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 235 с.
7. Dinu G., Tanase, A. C., Dinu, L., & Tanase, F. The new techniques for handling consumer behaviour. *Proceedings of the International DAAAM Symposium*. 2010. № 21(1). P. 1115–1116.
8. Morin C. Neuromarketing: the new science of consumer behavior. *Society*. 2011. № 48(2). P. 131–135.
9. Kotler P. and Keller K.L. *Marketing Management*. 14th Global Edition. Pearson Boston, Columbus, Indianapolis etc., Edinburg. 2012. p. 67–86.
10. Madan C. R. Neuromarketing: the next step in market research? *Eureka*. 2010. № 1(1). P. 34–42.
11. Postma Anatomie van de Verleiding. *Neuromarketing succesvol toegepast*. *Neuromarketing*. 2012. 87–98 p.
12. Dooley R. 2010. What is Neuromarketing? URL: <http://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/what-is-neuromarketing.htm>
13. Kenning, P., & Linzmajer, M. Consumer neuroscience: an overview of an emerging discipline with implications for consumer policy. *Journal fur Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*. 2011. № 6(1). P. 111–125.
14. Методы нейромаркетинга и их роль в рекламных коммуникациях. URL: <https://creativecallproject.ru/metody-nejromarketinga/>
15. Malhotra N.K. and Dash S. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6th Edition, Pearson. Delhi. 2011. 29–32 p.
16. Harmon-Jones, E., & Beer, J. *Methods in Social Neuroscience*. New York: The Guilford Press, 2009. 174 p.
17. Banks, S. J., Bellerose, J., Douglas, D., & Jones-Gotman, M. Bilateral skin conductance responses to emotional faces. *Applied Psychophysiology and Biofeedback*. 2012. № 37(3). P. 145–152. <http://dx.doi.org/10.1007/s10484-011-9177-7>
18. Fortunato V. C. R., Giraldo J. M. E., de Oliveira J. H. C. A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations. *Journal of Management*. 2014. № 2. P. 23–24.
19. Hammou K. A., Galib M. H., & Melloul J. The contributions of neuromarketing in marketing research. *Journal of Management Research*. 2013. № 5(4). P. 20–33.
20. Greenfield Howard. *Neuro marketing: Unlocking the decision making process*. *Neuro marketing an introduction*, 2006. 90 p.
21. *Neuromarketing Strategies for Highest Content Impact*. URL: <https://www.inc.com/adam-heitzman/4-neuromarketing-strategies-for-highest-content-impact.html>

References

1. Van Langendonck N. 2015. Is neuromarketing the future of advertising? URL: <http://www.hifluence.eu/hi-people/is-neuromarketing-the-future-of-advertising/>
2. Martin Fett. Neuromarketing in Sports- How Emotions strengthen the Consumers Perception of Brand, Master's Thesis of Martin Fett. Faculty of Communication Sciences. 2011. R. 1–29.
3. Prakticheskoe primenenie koncepcij nejromarketinga. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/61013/7512/>
4. Boksem M. A., & Smidts A. Brain responses to movie trailers predict individual preferences for movies and their population-wide commercial success. *Journal of Marketing Research*. 2015. № 52(4). R. 482–492.
5. Shatalov M.A., Mychka S.Yu. *Neuromarketing kak draiver upravleniya potrebitelskim povedenim*. *Nauka. Mysl*. 2016. № 8. S.

165–167.

6. Lyuis D. Nejromarketing v dejstvii. Kak proniknut v mozg pokupatelya. M. : Mann, Ivanov i Ferber, 2015. 235 s.
7. Dinu G., Tanase, A. C., Dinu, L., & Tanase, F. The new techniques for handling consumer behaviour. Proceedings of the International DAAAM Symposium. 2010. № 21(1). R. 1115-1116.
8. Morin C. Neuromarketing: the new science of consumer behavior. Society. 2011. № 48(2). R. 131–135.
9. Kotler P. and Keller K.L. Marketing Management. 14th Global Edition. Pearson Boston, Columbus, Indianapolis etc., Edinburg. 2012. r. 67–86.
10. Madan C. R. Neuromarketing: the next step in market research? Eureka. 2010. № 1(1). R. 34–42.
11. Postma Anatomie van de Verleiding. Neuromarketing succesvol toegepast. Neuromarketing. 2012. 87–98 p.
12. Dooley R. 2010. What is Neuromarketing? URL: <http://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/what-is-neuromarketing.htm>
13. Kenning, P., & Linzmajer, M. Consumer neuroscience: an overview of an emerging discipline with implications for consumer policy. Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit. 2011. № 6(1). P. 111–125.
14. Metody neiromarketinga i ih rol v reklamnyh kommunikacijah. URL: <https://creativecallproject.ru/metody-nejromarketinga/>
15. Malhotra N.K. and Dash S. Marketing Research: An Applied Orientation. 6th Edition, Pearson. Delhi. 2011. 29–32 r.
16. Harmon-Jones, E., & Beer, J. Methods in Social Neuroscience. New York: The Guilford Press, 2009. 174 r.
17. Banks, S. J., Bellerose, J., Douglas, D., & Jones-Gotman, M. Bilateral skin conductance responses to emotional faces. Applied Psychophysiology and Biofeedback. 2012. № 37(3). R. 145–152. <http://dx.doi.org/10.1007/s10484-011-9177-7>
18. Fortunato V. C. R., Giraldi J. M. E., de Oliveira J. H. C. A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations. Journal of Management. 2014. № 2. R. 23–24.
19. Hammou K. A., Galib M. H., & Melloul J. The contributions of neuromarketing in marketing research. Journal of Management Research. 2013. № 5(4). P. 20–33.
20. Greenfield Howard. Neuro marketing: Unlocking the decision making process. Neuro marketing an introduction, 2006. 90 p.
21. Neuromarketing Strategies for Highest Content Impact. URL: <https://www.inc.com/adam-heitzman/4-neuromarketing-strategies-for-highest-content-impact.html>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-31>

УДК: 330.131.3

Ірина ПАНОВА

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

e-mail: iryna.panova@karazin.ua

Вікторія СТЕПАНЕНКО

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0001-6022-5592>

e-mail: stepanenkovika8776@gmail.com

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Економічне благополуччя та могутність країни залежить від низки чинників, зокрема: наявності природних ресурсів, сприятливого географічного розташування відносно світових торговельних шляхів і розвинутої промисловості. Однак, на сьогодні одним з найбільш перспективних напрямів для господарства держави є розвиток саме креативної економіки. Вона, як явище, виникла наприкінці ХХ століття, а ХХІ – стало початком розвитку та розширення поняття.

Культурні та креативні індустрії працюють у складному бізнес-середовищі, де вони визначаються стандартними положеннями, які стосуються бізнесу, а також прав інтелектуальної власності, оподаткування та багатьох інших питань. Таким чином, регулююча нормативна база має сприяти художньому розвитку, забезпеченню та регулюванню підприємницької діяльності, водночас заохочуючи та зберігаючи культурне різноманіття всієї Європи, а зокрема й України. Сектор культури постійно змінюється, дане революційне явище спричинене змінами у цифровому забезпеченні. У відповідь на ці зміни постає питання регулювання концепції креативних індустрій, а тому уряди країн все частіше виявляють потребу в оцінці та провадженні нормативно-правової бази.

Отже, подальший сталий розвиток креативного сектору економіки позитивно вплине на створення нових робочих місць, збільшення прибутку підприємств, зростання доходів населення, розвиток інфраструктури, підвищення туристичної привабливості дестинацій, збільшення потоку іноземних туристів тощо. Окрім цього, значна частина творчих та інтелектуальних ресурсів по всьому світу інвестуються в культуру. Саме людська творчість, інновації та ідеї як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях є ключовими чинниками галузі та справжнім багатством держави на сьогоднішній день.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативне середовище, культура.

Iryna PANOVA, Victroria STEPENENKO

V. N. Karazin Kharkiv National University

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF CREATIVE ECONOMICS RESEARCH

The economic well-being and power of a country depend on a number of factors, including the availability of natural resources, a favorable geographical location relative to world trade routes, and a developed industry. However, today one of the most promising areas for the state economy is the development of the creative economy. It, as a phenomenon, emerged in the late twentieth century, and the XXI - was the beginning of the development and expansion of the concept.

The cultural and creative industries operate in a complex business environment, where they are defined by standard provisions relating to business, as well as intellectual property rights, taxation and many other issues. Thus, the regulatory framework should promote the artistic development, provision and regulation of entrepreneurial activity, while encouraging and preserving the cultural diversity of the whole of Europe, including Ukraine. The cultural sector is constantly changing, this revolutionary phenomenon is caused by changes in digital security. In response to these changes, the issue of regulating the concept of creative industries arises, and therefore governments are increasingly needing to assess and implement the regulatory framework. Thus, further sustainable development of the creative sector of the economy will have a positive impact on job creation, increase corporate profits, increase incomes, develop infrastructure, increase the tourist attractiveness of destinations, increase the flow of foreign tourists and more. In addition, much of the creative and intellectual resources around the world are invested in culture. Human creativity, innovations and ideas, both at the individual and social levels, are the key factors in the industry and the real wealth of the state today.

Key words: creative economy, creative industries, creative environment, culture.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сьогодні Україна перебуває у нестійкому соціально-економічному становищі, але саме це дозволяє знаходити нові варіанти, підходи та стратегічні напрями, мислити креативно для вирішення цих проблем, вирішення яких сприятиме розвитку економіки держави. Креативна економіка – відносно новий феномен для України, це тривалий та багаторівневий процес. Втілення концепції креативної економіки відкриває нові змоги розвитку соціально-економічного прогресу. Розвиток креативної економіки є варіантом вирішення економічних проблем країни, а саме: зниження рівня безробіття; збільшення частки ВВП; поєднання науки та мистецтва, креативності та інновацій.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження проблем та перспектив розвитку креативних індустрій в Україні. У процесі дослідження розв'язувалися наступні завдання: визначення поняття «креативна економіка» та дослідження державне регулювання розвитку креативних індустрій.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженням розвитку креативних індустрій в Україні займається чимало вітчизняних науковців, зокрема: Бредіхін М.В., Чорна В.М., Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Степанов А.А., Савина М.В., Дубина І.Н., Головін С.Ю., Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М., Флоріда Р. та інші. Вагомий науковий вклад внесли вчені кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: Парфіненко А.Ю., Гапоненко А.І., Посохов І.С., Шамара І.М. та інші.

Вклад основного матеріалу

Поняття «Креативна економіка», вперше ввійшло в обіг наприкінці ХХ століття: 1998 рік ознаменувався публікацією доповіді «Проектування креативної індустрії» Міністерством культури, засобів інформації та спорту Великобританії, в якій містилося визначення креативної індустрії як суспільного явища, яка сприяє підвищенню рівня добробуту та збільшенню кількості робочих місць на основі застосування та розвитку креативності, знань та вмінь.

Наступного разу цей вид економіки згадується в американському журналі «Business Week» у статті «The 21-st century cogrotation: The Creative Economy» у 2000 році, а вже незабаром у 2001 році була опублікована книга «Креативна економіка: як люди заробляють кошти з ідей» Джона Хокінса, яка попередила наступ пост-інформаційної епохи, для якої знання та інформація – це базовий ресурс, а людська творчість – головна рушійна сила та цінність [1].

Термін «креативні індустрії» має ряд означень: від економічних до соціокультурних. В економіці синоніми креативних індустрій – креативна економіка або економіка знань: сектор, який так чи інакше пов'язаний з інтелектуальною діяльністю людини.

Експерти ООН не залишилися осторонь і визначили поняття «креативної економіки», як креативну власність із потенціалом для зростання та розвитку економіки. А ЮНЕСКО характеризує дане явище, як одне із найбільш швидко зростаючих напрямків світового господарства, не тільки з погляду отримання доходу, а також як можливість створення нових робочих місць і збільшення обсягу експортних надходжень.

Згідно з визначенням, представленим у Кембриджському словнику, «креативні індустрії» – галузь, основою якої є робота, де на першому місці знаходиться оригінальність ідеї, у таких галузях як сфера мистецтва, засоби масової інформації, розробка комп'ютерних програм тощо.

Креативна економіка, як поняття, зацікавила багатьох експертів і пов'язана з цілою плеядою зарубіжних науковців, таких як Р. Флоріда, Дж. Хокінс, Ч. Лендрі, П. Шласингер, П. Бурдье, П. Кавес. Вони стали основоположниками теорії креативної економіки, зробили значний внесок до розвитку культурних та креативних індустрій на міжнародному рівні. В Україні феномену креативності, її проблематиці та, безумовно, її розвитку присвячені роботи багатьох вітчизняних науковців. Зокрема: Ваховича І.М. «Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір», Дорошенка О.С. «Формування креативного сектору у світовій економіці», Чуль О.М. «Система креативних індустрій, як основа формування креативної економіки в регіоні», Ястремської О.М. «Мотивація креативності новаторів» та ін. Важливо пам'ятати, що для прискорення розвитку креативної економіки в Україні потрібно аналізувати глобальні тенденції та враховувати національну своєрідність та відмінні ознаки [2].

На сьогодні термін «креативна економіка» вважається відносно новим. Розглядаючи визначення, наведені науковцями, можна дійти певних висновків (табл. 1).

Таблиця 1

Погляди вітчизняних та закордонних авторів щодо визначення поняття «креативної економіки»

Автор	Визначення
Бредіхін М.В. Чорна В.М.	Новий напрям досліджень і практичної діяльності орієнтований на артикульоване з'єднання творчих інновацій і економічної активності суб'єктів
Пакуліна А. А., Євсєєв А. С.	Концепція, яка ґрунтується на взаємодії між творчістю людини, ідеями, інтелектуальною власністю, знаннями і технологіями
Степанов А. А., Савина М. В.	Сукупність специфічних соціально-економічних відносин щодо виробництва розподілу і споживання, що засновані на нестандартних, нетрадиційних, некопійованих ідеях, концепціях, заходах, що забезпечують ефективне вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань та принципово якісно нових рішень
Дубина І. Н.	Сектор національної та світової економіки, в якому виробляються, розподіляються та споживаються продукти та послуги, пов'язані з творчою діяльністю (продукуванням і розробкою нових та потенційно значущих ідей)
Головін С. Ю.	Сектор економіки, заснований на різних видах інтелектуальної праці
Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М.	Концепція постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин щодо виробництва розподілу та споживання благ, що базуються на використанні у ролі факто-рів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї, у результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга, надлені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб
Флоріда Р.	Професійна діяльність у галузі креативної індустрії

Складено автором за матеріалами: [3].

Зокрема: існує велика кількість поглядів та формулювань, що призводить до ускладнення розуміння цього поняття, а його відносно нове впровадження в науку, свідчить про те, що воно перебуває на стадії становлення.

Концепція креативних індустрій – це широка категорія, що включає художні заходи, установи культури, галузі культури та інші види креативної діяльності, що базуються на індивідуальній творчості, в тому числі напрямках, що використовують нові технології (наприклад, нові медіа) у креативній діяльності [4].

Характерною рисою креативної індустрії є те, що вона складається з різних видів діяльності, не тільки культурного сектору, але і пов'язаних із засобами масової інформації та дизайном або архітектурою. Частка окремих творчих галузей в структурі цілого сектору – різноманітна (Рис. 1).



Рис. 1. Концепція креативних індустрій

Розроблено автором за матеріалами: [5]

Креативна економіка має певні властивості. Згідно із широко поширеною та помилковою точкою зору, креативність обмежується технічними винаходами, розробкою нової продукції і створенням нових фірм. Навпаки, у сучасній економіці, що дістала назву «нової економіки», креативність – це масштабна і неперервна практика. Креативна економіка заохочує соціальне залучення, культурне різноманіття та всебічний розвиток людини. Вона одночасно охоплює економічні, культурні та соціальні аспекти суспільства. Її основними ознаками є: креативне уявлення, проектне мислення та практична спрямованість. Окрім цього існують інші властивості, які стосуються креативної економіки (Рис. 2).

Економіст та теоретик мистецтва П'єр Луїджі Сакко говорить: «Креативна економіка найкраще відображає місцеві особливості та допомагає зберегти ідентичність в епоху глобалізації», з цим твердженням дійсно можна погодитись, адже кожна країна, кожен регіон, місто або ж містечко може створити щось по-особливому надзвичайне, зберегти культуру, традиції та звичаї, або ж внести до буденності родзинку, яка привабить нових відвідувачів [7]. В якості таких прикладів держав можна згадати Францію (історична область Іль-де-Франс, Париж), Велику Британію (Внутрішній Лондон) та Італію (Мілан).



Рис. 2. Властивості креативної економіки

Розроблено автором за матеріалами: [6.]

Варто зауважити, що на міжнародному ринку з'являється все більше й більше програм та об'єднань, які приділяють значну увагу розвитку, поширенню та популяризації креативної економіки. Одним з таких можна вважати міжнародний проєкт «Креативна Європа», головною метою якого є охорона, розвиток, підтримка та популяризація культурної спадщини Європи, до того ж на кожні сім років міжнародна організація розподіляє бюджет на фінансування креативних галузей [8]. В Україні цю ініціативу підтримали, і тому було створено три сектори: культура, медіа та міжсекторальна співпраця. Вони пропагують розвиток культурних та креативних індустрій в різних напрямках творчих секторів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Наразі креативне середовище в країні формується одночасно з розвитком різноманітних професійних платформ, нових творчих центрів та інших форм творчого співробітництва в залежності від актуальних потреб підприємців. Великі міста слугують яскравим прикладом зростання кількості робочих місць, створення коворкінгів, хабів, анти-кафе та інших творчих ініціатив. Такі центри пропонують різноманітні послуги та можливості для розвитку креативної екосистеми. Для прикладу можна назвати Арт завод Механіка, Platforma Art Zavod, Jam Factory, Impact Hub тощо, які пропонують комфортне робоче середовище з акцентом на творчий процес.

Література

1. Ушкаренко Ю. В. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції / Ю. В. Ушкаренко., А. В. Чмут, К. М. Синякова // Економіка і суспільство. – 2018. – № 18. – С. 67–72.
2. Ястремська О.М. Мотивація креативності новаторів : монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 212 с.
3. Самійленко Г. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки / Г. Самійленко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2020. – Т. 2, № 2. – С. 31–42.
4. Кукса І. М. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України [Електронний ресурс] / І. М. Кукса, Т. О. Петухова // Ефективна економіка – 2017. – Вип. 12. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555> (дата звернення: 04.05.2022)
5. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як джерело зростання експорту / Н. А. Карасьова // Економіка та держава. – 2019. – № 12. – С. 19–23. – DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.19
6. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова. – Львів : ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”, 2017. – 528 с.
7. Культура і креативність [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<https://www.culturepartnership.eu> (дата звернення: 10.05.2022)

8. Національного бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://creativeeurope.in.ua> (дата звернення: 02.05.2022)

References

1. Ushkarenko Yu. V. Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii / Yu. V. Ushkarenko., A. V. Chmut, K. M. Syniakova // *Ekonomika i suspilstvo*. – 2018. – № 18. – S. 67–72.
2. Yastremska O.M. Motyvatsiia kreatyvnosti novatoriv : monohrafiia / O. M. Yastremska, O. I. Bardadym. – Kh. : Vyd. KhNEU, 2013. – 212 s.
3. Samiilenko H. Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yii funktsionuvannia v umovakh stanovlennia novoi ekonomiky / H. Samiilenko // *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*. – 2020. – Т. 2, № 2. – S. 31–42.
4. Kuksa I. M. Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiinoi ta stiikoi stratehii rozvytku Ukrainy [Elektronnyi resurs] / I. M. Kuksa, T. O. Pietukhova // *Efektivna ekonomika – 2017*. – Vyp. 12. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555> (data zvernennia: 04.05.2022)
5. Karasova N. A. Kreatyvni industrii yak dzherelo zrostantnia eksportu / N. A. Karasova // *Ekonomika ta derzhava*. – 2019. – № 12. – S. 19–23. – DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.19
6. Davymuka S. A. Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy : monohrafiia / S. A. Davymuka, L. I. Fedulova. – Lviv : DU “Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy”, 2017. – 528 s.
7. Kultura i kreatyvnist [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.culturepartnership.eu> (data zvernennia: 10.05.2022)
8. Natsionalnoho biuro prohramy YeS «Kreatyvna Yevropa» v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://creativeeurope.in.ua> (data zvernennia: 02.05.2022).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-32>

УДК 339.13.021:004(477)

Віталій ОПАНАСЮК

Київський Міжнародний Університет

<https://orcid.org/0000-0001-6569-9738>

e-mail: v.opanasiuk@griffin.ua

УКРАЇНСЬКЕ ПОВОЄННЕ ДИВО: ВІД ПЛАНУ ДО ВТІЛЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню досвіду повоєнного відновлення ФРН, Південної Кореї, Ізраїлю, Іспанії, Італії, Японії з метою аналітичного добору найзручніших інструментів повоєнного відновлення України.

Ключові слова: міждержавна кооперація, спеціалізація, відновлення, відбудова, індустріалізація, розвиток

Vitalii OPANASIUK

Kyiv International University

UKRAINIAN POST-WAR MIRACLE: FROM PLAN TO IMPLEMENTATION

The article is devoted to the study of the experience of post-war reconstruction of Germany, South Korea, Israel, Spain, Italy, Japan in order to analytically select the most convenient tools for post-war reconstruction of Ukraine. Relevance of the problem. This is a great chance to turn to the development strategy of Ukraine. In addition, the relevance of this article is based on the idea that security, security strategy, and then other issues of state building and development should be primary. The economic sector must answer the question: what strategy of rebuilding Ukraine meets the national economic security interests? What is more important for Ukraine: restoration, reconstruction or reconstruction? What subjective new role should Ukraine begin to develop: niche, blockless, boutique economy or world deep specialization and integration? What competitive advantages should Ukraine increase and what gaps should be closed independently or in cooperation with the world?

Mankind, unfortunately, has accumulated some experience of post-war development. Some countries, like North Korea, have done this very effectively, but not quickly and not on the first attempt. Some, like Germany, have discovered the "German economic postwar miracle" to the world, although it has lost for a time subjectivity in many areas in favor of the United States. Some countries, such as Israel and Japan, have also created an "economic miracle", each country in its own way, but with unconditional help from the United States.

The task for searching is to study and select the best experience and tools for restoring the state of Ukraine based on the experience of different countries that have passed this path. Research methods. The methodological and informational basis of the work are scientific works, materials of periodicals, Internet resources, normative legal acts. Own survey among 100 people of different professions, aged from 20 to 70 and balanced gender representation. The novelty lies in the very relevance of the study: after all, only martial law requires doing research and looking for a solution for the postwar period. The conclusions presented by this study cannot be over-innovative, but must be conservative, balanced and justified. Practical significance 10 deterministic conclusions-proposals that can be used by Ukraine in the post-war period are proposed.

Key words: interstate cooperation, specialization, restoration, reconstruction

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Існує єдиний шанс обрати та реалізувати стратегію відновлення та розвитку України. Помилка, в свою чергу, призведе до розчарування зовнішніх партнерів, до падіння духу всередині, та, як наслідок, до тотальної стагнації.

Крім того, актуальність даної статті побудована на ідеї, що первинною має бути безпека, стратегія безпеки, а потім решта питань державного будівництва та розвитку. Економічна галузь має відповісти на питання: яка стратегія відбудови України відповідає національним економічним безпековим інтересам? Що саме для України важливіше: відновлення, відбудова або перебудова? Яка суб'єктна нова роль у Україні має почати розбудовуватись: нішова, безблокова, бутікова економіка або світова глибока спеціалізація та інтеграція? Які конкурентні переваги Україна має нарощувати та які прогалини закривати самостійно або у взаємодії зі світом?

Людство, на жаль, накопичило певний досвід повоєнного розвитку. Деякі країни, такі як Північна Корея, зробили це дуже ефективно, проте не швидко і не з першої спроби. Німеччина явила світу «німецьке економічне повоєнне диво», хоча і втратила на певний час суб'єктність у багатьох сферах на користь США. Деякі країни, наприклад Ізраїль та Японія, також створили «економічне диво», кожна країна своїм власним чином, проте із безумовною допомогою США.

Постанова завдання полягає в дослідженні та доборі найкращого досвіду та інструментів відновлення держави Україна на основі досвіду різних країн, що пройшли цей шлях.

Методи дослідження. Методологічно та структурно робота базується на класичних академічних вимогах до наукових праць, використано матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти. У дослідженні використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення, ретроспективні та статистичні методи, та проведено власне анкетування серед 100 осіб різних професій, віку від 20 до 70 та збалансованого гендерного представництва із похибкою 7%.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Існує багато науковців, що вивчають повоєнне відновлення та досліджують у цьому напрямку різні стратегії. Найближчими до даного дослідження є роботи та статті Л. Ковпак [1], О. Ісайкіної [2], О. Коляструк [3], які досліджували особливості сільського та міського життя українців у повоєнні часи, особливості та ключові риси економіко-соціального психотипу українця після Другої світової війни, Н. Якобчук [4], яка дослідила та сформулювала сучасний синтетичний погляд на повоєнний досвід України як частини СРСР. Сучасні іноземні науковці-практики: Торбйорн Бекер (Інститут перехідних економік при Стокгольмській школі економіки), Баррі Айхенгрін (Університет Каліфорнії – Берклі), Юрій Городніченко (Університет Каліфорнії – Берклі), Сергей Гурієв (Sciences Po), Саймон Джонсон (Массачусетський Технологічний університет), Тимофій Милованов (Київська школа економіки), Кеннет Рогофф (Гарвардський університет Беатріче), Ведер ді Мауро (Вища школа міжнародних та розвиткових досліджень).

Формулювання цілей статті

Запропоновано 10 детермінаційних висновків-пропозицій, що можуть бути використані Україною у післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу

У погоні за скорішою перемогою, за відновленням, відбудовою багато експертів поверхово вивчають досвід минулих років, інших країн. Проте, війна все ще триває і буде у різному вигляді ще тривати, допоки світ не стабілізує відносини, не встановить нові цілі та правила. Отже, зараз нові умови, нові часи і зміни у «епоху змін» лише вводять у резонанс більшість рухів у різних сферах.

Для України буде величезною, невинною помилкою розробити і почати реалізовувати невірний план повоєнного відновлення. Більш того, відмова від ідеї, що війна ніколи не скінчиться, може ввести в оману і Україну, і суспільство; отже, повоєнний план – це має бути план для воєнного часу, перерви воєнного часу та певного мирного часу.

Жодна попередня успішна історія інших країн не може на пряму братися як готовий інструмент, проте має дослідитися і, щонайменше, зафіксуватися у вигляді висновків та можливостей для використання.

Відновлення та відбудова – багатомірні процеси і не можуть бути описані в межах даної статті, проте має бути повністю викладена у державній цільовій програмі.

Відновлення та відбудова – це категорії про процеси зовнішні та внутрішні, про психологію, про соціологію, про екологію та клімат, про економіку та безпеку, про відносини, про виробництво та споживання, про виробництво, розподіл, дистрибуцію, про інвестицію, модернізацію, право тощо. Дане дослідження обмежується канвою та рекомендаціями.

Складно не погодитись із класифікацією головних напрямків відновлення Центру економічних та політичних досліджень, що анонсовані у роботі «Нарис про відбудову України» [5]:

- а) трансформація системи аналізу державних ресурсів: ключова зміна системи управління;
- б) посилення військового силового блоку та ВПК;
- в) відновлення критичної інфраструктури (дороги, електропостачання, газ, вода);
- г) забезпечення продовольчої та паливної безпеки;
- д) відновлення та будівництво житла, промислових об'єктів (людям треба давати роботу, економіку треба відновлювати);

е) стимулювання та підтримка експорту.

Крім того, пропонується певна цензура, із чим складно не погодитись:

- Збереження обмежень у політичній сфері. У тому числі режим припинення та ліквідації партій та рухів, що несуть небезпеку інтересам України.

- Збереження контролю над інформаційним полем. Частково можливе послаблення сьогодення «єдиного марафону». Проте контроль за медіа залишається. Власники обмежені у прийнятті управлінських рішень [15].

- Дещо спірним є запропонована методологія деолігархізації методом домовленості з ФПП «політика для політиків, а держава за це підтримає...».

- Максимальне стимулювання ділової активності громадян, роботи малого та середнього бізнесу – зменшення податкового навантаження, кількості та обсягу адміністративних процедур.

Вікіпедія, до речі, видає певну добірку повоєнних позитивних прикладів:

- «Рекордні роки» Шведської економіки (1945–1973);

- «Віртшафтсвундер», або «Рейнське диво» — економічне відродження Австрії та Західної Німеччини;

- Німецьке економічне диво (50-і роки XX ст.);

- «Славне тридцятиліття» — економічне відродження Франції (1945–1975);

- Грецьке економічне диво (1950–1970-і);

- Японське економічне диво (1950–1975);

- Італійське економічне диво (1955–1972);
- Іспанське економічне диво (1959–1973);
- Бразильське економічне диво (1968–1973, від 2000-х до сьогодні);
- Грузинський тигр (Грузія, від середини 2000-х до сьогодні) [11].

Класична економічна думка спирається на моделі економічного зростання:

- Кейнсіанська (моделі): Харрода, Домара, Робінсон;
- Неокласична (виробничі функції): Кобба-Дугласа, Кобба-Дугласа-Тінбергена, Солоу, Міда, Денісона, Трапезнікова;
- Інституційна (моделі): Кузнеця, Шульца.

Звичайно, що для реалізації синтезують адаптовану модель та кастомізують інструменти.

Війна показала, що соціальні програми вимірювання рівня добробуту, порівняння ВВП, індексів виробництва, споживання тощо не мають значення, якщо країна не має та не реалізовує безпекову стратегію. Безпеку фізичну, територіальну, культурну, енергетичну, біологічну, кліматологічну, медичну, культурологічну і так далі.

Сьогодні зрозуміло: якби сотні мільярдів гривень, які щорічно витрачалися з державного бюджету України на житлові субсидії та на різного роду соціальні виплати, були скеровані на розбудову збройних сил і на розробку нових видів озброєння (принаймні протягом 2015–2021 років), то соціальний захист тих мільйонів українців, які сьогодні залишилися без житла та без роботи, був би точно вищим, ніж це є зараз. [6] Тому логічним чином формується, на перший погляд, не логічний висновок: видатки на оборону є головним засобом забезпечення соціального захисту громадян.

Деякі науковці пропонують трансформувати соціальний захист та соціальну допомогу у механізм громадських робіт (за винятком обмеженого кола людей, які не спроможні долучатися до таких робіт за станом здоров'я чи за віком).

Причому, стверджують вони, цей механізм повинен впроваджуватися вже сьогодні. Адже, з одного боку, розмір соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам необхідно поступово збільшувати.

Автори пропонують, що б збільшення видатків на вимушено переселених робіт було певною мірою збалансовано оплатою праці цих людей у наступних видах робіт:

- ✓ громадські роботи з підтримки армії;
- ✓ допомога тилу: харчування, логістика, транспортування тощо;
- ✓ відновлювальне будівництво;
- ✓ відновлювальні роботи на об'єктах інфраструктури;
- ✓ відновлювальні роботи на об'єктах соціального значення тощо [6].

Німецькому диву повоєнного відновлення 1947–1965 років передували жахливі періоди Германської державності, а саме три крахи поспіль:

- імперії Вільгельма Другого у 1918 році;
- Веймарської республіки в 1933 році;
- Розділена держава, а саме умовно капіталістична частина ФРН почала реалізовувати план відновлення.

Вже у 1962 році економічний стан Західної Німеччини перевершив довоєнні показники втричі. Це поставило країну в один ряд із провідними промисловими державами того часу. У світі заговорили про "німецьке економічне диво".

Перший висновок: амбітність, послідовність та інтеграція зі світовими лідерами може творити економічне диво.

Відомо, що за час війни державний борг Німеччини виріс у 13 разів і вп'ятеро перевищував ВВП 1938 р., інфляція становила понад 500%. Падіння промислового виробництва становило понад 70%. Безробіття досягло 50%. Країна виявилася без продовольства, у кримінальному та чорному ринку.

Але менш ніж через десять років уже говорили про німецьке "економічне диво", а через двадцять Німеччині зазрили більшість країн світу.

Таким чином, третім висновком цього дослідження може бути жорстка виконавча воля економічних реформ і дій для відновлення.

Не можна списувати з рахунків так званий План Маршалла. Звичайно, він став фінансовою підмогою для багатьох країн Європи. Хоч і грав на руку США. США знайшло спосіб поєднати своє становище фінансового гегемона з ідеєю контркомуністичної експансії. Знекровлена Європа прийняла цю допомогу. Згодом економісти вважають це рішення вірним.

Аномально холодна весна 1947 р., невротай та інфляції в Європі, падіння збуту американських товарів у Європі, прихід до влади комуністів чи соціалістів, посилення лівих ідей, криза у США – всі ці фактори змусили Президента США Трумена звернутися до Конгресу зі спецпосланням про надання Греції та Туреччині допомоги у розмірі \$400 млн. Суть нової політики США полягала у протистоянні СРСР та перетворенні Західної Європи та Японії у свої політичні, економічні та військові плацдарми [7].

Наступним висновком цього дослідження може бути готовність до збалансованих компромісів заради фінансування відновлення.

Ще одним корисним досвідом повоєнної Німеччини можливе використання ідей соціально-ринкових перетворень Людвіга Герхарда. Особливо не популярним був антимонопольний пакет. Міністр Герхард наполіг на жорстких заходах щодо монополій. Частка однієї монополії повинна була перевищувати третину обсягу конкретного ринку, двох-трьох – половини, чотирьох-п'яти – двох третин. Важливим суб'єктом економіки став малий та середній бізнес. Саме завдяки його стабільності Німеччина зуміла пройти кризові роки.

Крім лібералізації, антимонопольної адміністрація Герхарда провела зниження податків, у результаті реформи 1949 року ставка податку на прибуток стала плоскою у 50% (раніше – від 35% до 65%). Податок на доходи фізичних осіб: до реформи (з 1946) до всіх доходів понад 60 тис. рейхсмарок (еквівалент DM 6 тис.) застосовувалася ставка 95%. Після реформи ця ставка відносилася тільки до доходів вище за рівень DM 250 тис. на рік. Але, наприклад, якщо до реформи дохід у DM 2,4 тис. обкладався граничною ставкою в 85%, то після реформи ця людина вже платила б за ставкою 18%.

Величезний вплив мала система податкових стимулів для експортерів.

Крім того, Німеччина краще за інших використовувала іноземну допомогу. Частина кредитів у рамках "плану Маршалла" надходила до спецфондів, 60% коштів з яких йшло у промисловість. Як відзначають Ніколас Крафтс та Джіанні Тоніоло, ці фонди відіграли особливу роль у реіндустріалізації Німеччини.

До кінця 1950 обсяг промислового виробництва перевищив рівень 1936 на 14,4%. Німецьке машинобудування та обладнання вийшли на зовнішні ринки. 1950 року експорт перевищив імпорт. У 1953-1954 річний приріст промислового виробництва становив 10–15%. У результаті Німеччина за обсягом промисловості зайняла третє місце після США та Англії.

Наступний висновок, який можна зафіксувати – державне системне стимулювання продуктивності та зростання.

У Японії після другої світової ситуація була складнішою, ніж у Німеччині. Ситуацію посилювали монополії, мафія, клановість та руйнування, не справедлива система продовольчих карток, товарний дефіцит та низька заробітна плата. Девід Каплан та Алек Дурбо [9]: були знищені не менше 25% матеріальних цінностей, не менше 35% промисловості, 80% вантажного флоту.

Японія отримала величезну допомогу від Америки протягом 1947–1959 рр. у сумі близько \$4,6 млрд. Після 1949 року виручка зараховувалася на спецрахунок, який на початку 50-х був використаний для відновлення промисловості та інфраструктури. Пізніше ці кошти повернули США.

Демілітаризація Японії, ліквідація військової промисловості призвела до величезного безробіття. За деякими даними 10 мільйонів людей із промисловості перетворилися на безробітних. Рішення знайшлося таке: зайняти цих людей у сільському господарстві. Для цього близько 75–80% усіх сільгоспземель було викуплено державою у колишніх власників та продано новим дрібним власникам.

Реформа справила величезний вплив всю економіку. Село відтягло до половини зайнятого населення, кількість власників на селі зросла на 77%. Очевидно покращилася ефективність сільського господарства.

Ще однією важливою віхою японського дива є демонополізація. Наприкінці Другої світової війни дев'ять концернів контролювали 30% економіки. Корпорації "Міцубісі" та "Міцубісі" фінансували основні партії більшості.

Вольовим рішенням уряду до осені 1947 р. 42 великі корпорації були розпущені. Їх оцінили в цінах 1945 (заздалегідь занижено). Частково це потрібно було США для ослаблення японської економіки, частково для лібералізації ринку. Олігархія та їх монополії – це бар'єр для глобальної конкурентоспроможності. Досвід повоєнних країн показує, що демонополізація є обов'язковими кроками до оздоровлення економіки.

Ще одним дуже корисним інструментом було стимулювання технологічного експорту. До речі, закупівля технологій, імпорт технологій стимулювався за рахунок податкових знижок. Решта імпорту суворо лімітувалась.

Держзамовлення уряду США – ще одна величезна цеглина у будівництві нової Японії.

Обсяг американських військових замовлень у 1950–1954 рр. досяг, за різними даними, від \$3 до \$4,1 млрд, що становило від чверті до третини експортних надходжень. Вже 1951 року Японія досягла довоєнного рівня промислового виробництва, а 1964 року його обсяг зріс у 4,3 раза.

У 1949 році США надіслали окупаційній адміністрації план стабілізації японської економіки. Японському уряду доручалося:

- 1) збалансувати бюджет;
- 2) збільшити збирання податків;
- 3) обмежити видачу позичок;
- 4) заморозити зарплатню;
- 5) встановити контроль за цінами;
- 6) посилити контроль над зовнішньою торгівлею та іноземною валютою;
- 7) покращити систему постачання для розширення експорту;

- 8) розширити виробництво найважливіших видів місцевої сировини та товарів;
- 9) покращити постачання продовольства.

Завдяки жорсткому послідовному виконанню планів 1949 став бездефіцитним і "збалансованим". Усі борги уряд мав погасити протягом року, а нові – не створювати.

Польський професор Богдан Глинський: "50-і, 60-і та 70-і – три десятиліття поєднання ринкової економіки з плановою можна вважати класичним варіантом "третього шляху" між капіталізмом і соціалізмом. Виявилося, що такий синтез дає хороші результати".

Ще одним успішним інструментом підтримки та розвитку економіки та особливо стратегічних, наукомістких галузей стало державне замовлення. Саме завдяки державному замовленню та лізингу під низькі відсотки Японія потіснила Британію з першого місця за сумарним тоннажем нових суден вже у 1956 році. Державні замовлення залишалися локомотивом японської економіки остаточно 70-х. Цікаво, що економічний бум у Японії у 1953–1970 рр. відбувся практично без іноземних інвестицій. Демілітаризована, деіндустріалізована Японія за 30 років стала потужною науково-технічною країною та стала провідним світовим експортером капіталу.

Підкреслимо, що японський уряд спирався головним чином на серію "особливих" заходів, а не на загальне зниження податкових ставок. Сігето Цуру робить висновок, що в період прискореного економічного зростання "податковий тягар на промислові корпорації Японії був легшим, ніж в інших промислово розвинених країнах". За його даними, з погляду частки у ВВП, 1972 року податкові надходження в Японії склали 21,1%, порівняно з 45,7% у Норвегії, 36% у ФРН, 35,8% у Франції, 34,7% у Великій Британії та 28,1% у США. За даними Мінфіну України, за останні 5–7 років цей показник у нашій країні коливався від 41,9 до 44,6%. Щоправда, це без урахування тіньової економіки [8]. Як висновок із японського дива можна сказати, що:

- державна лояльність до корпорацій за коштом робітничого класу,
- працьовитість японців, бажання жити краще,
- послідовна промислова політика, точкові стимули,
- державне замовлення та державна підтримка експорту із великою доданою вартістю – все це частини мозаїки японського економічного дива.

І такі самі, але адаптовані інструменти можуть бути корисними для України.

Унікальним прикладом повоєнного відновлення є Корея. На відміну від країн Європи, які до другої світової війни мали досвід післявоєнного відновлення, мали якісну індустріальну економіку та ефективні вікові державні інституції, Корея нічого цього не мала.

Якщо Європа за допомогою США відновила індустрію за 4–10 років, Корея мала все почати зі створення стратегічного плану, концепції нової держави.

Допомога США Південній Кореї була порівняно більша, ніж допомога будь-якій країні Європи. Цікаво, що до 1961 року відновлювальні дії не принесли Кореї жодного успіху, тому що не було ні державних інституцій, ні досвіду, ні ментальної єдності.

Висновок для України може бути сформульований наступним чином: якщо повоєнна Україна не буде мати план виходу на новий науково-технологічний рівень, то залишиться на рівні аграрно-сировинного придатку до будь-якого суверена.

Тому з точки зору економічної структури нам План Маршалла не потрібний, нам треба змінювати, а не зберігати структуру економіки.

Іншими словами, нам потрібен "План анти-Моргентау", тобто план переходу від аграрно-сировинної до технологічної економіки [10].

Підсумками корейської війни були мільйони вбитих, майже тотальні руйнування, злам ментальності, функціонування держави на кошти донорів. Абсолютно не самостійна держава без шансу на територіальну цілісність, суверенність та взагалі майже без шансу на існування. Корупція, тіньова економіка, незбалансовані баланси тощо. Проте, корейці за допомогою США розробили п'ятирічні плани із розрахунку 8% росту щорічно. Згодом корейці прагматично поміркуювавши, значно зменшили показники зростання до 5,4% на рік. По факту економіка Південної Кореї зростала в середньому на 7,8% на рік за рахунок прискореної форсованої індустріалізації.

Особливості повоєнного відновлення Іспанії пов'язані з великим ембарго зі сторони комуністичних та капіталістичних сторін через підтримку Іспанією фашистської Осі.

У відповідь на зовнішнє ембарго режим Франко застосував політику автаркії. Через це післявоєнне відновлення економіки відбувалось дуже повільно.

Іспанії знадобилось 20 років, щоб промислове виробництво повернулось на рівень 1936 року. А сільськогосподарський сектор зміг відновити свій майже за 25 р. Цікаво, що подальше зростання економіки Іспанії пов'язано із бажанням США та Європи зробити Іспанію своїм партнером. Це зумовило інтеграцію іспанської економіки з іншими країнами, розвиток торгівлі.

Саме ж «Економічне диво» було спричинено реформами, які просували так звані «технократи», які, за згоди Франко, розробили та здійснювали політику розвитку іспанської економіки під

керівництвом Міжнародного валютного фонду. Технократи стали для Іспанії новим класом політиків, які замінили стару фалангістську гвардію [16].

Щоб прискорити індустріалізацію, іспанський уряд інвестував у великі компанії через Національний інститут промисловості чи безпосередньо, як у випадку з SEAT. Зросло промислове виробництво у старих промислових зонах, наприклад, у Країні Басків і північному узбережжі Ферроля й Віго (металургія, суднобудування), в околицях Барселони (автомобілебудування, машинобудування, текстиль, нафтохімія), Мадрид перетворився на важливий промисловий і комерційний район. Автомобільна промисловість була одним з найпотужніших локомотивів іспанського дива: від 1958 до 1972 року виробництво автомобілів зростало щороку в середньому на 21,7 %. Якщо 1946 року в Іспанії було випущено 72 000 легкових автомобілів, то 1966 — вже 1 мільйон.

Реалізація стратегії, розробленої технократами, набувала форми планів розвитку та мала значний успіх: у 1960-х роках Іспанія стала другою в світі за темпами економічного зростання, дещо відстаючи від Японії, ставши в результаті дев'ятою за величиною економікою світу. Завдяки успішній політиці технократів Іспанія приєдналась до промислово розвинених країн, залишивши в минулому злидні й відсталість, що були притаманні країні після втрати більшої частини своєї імперії на початку XIX століття [11].

Переможниця першої світової Італія після поразки у Другій світовій опинилася серед найбільш постраждалих і зруйнованих європейських країн. Економіка країни була налаштована на мілітаризацію, проте ВВП впало на 70% та було деструктуризовано.

Відновлення економіки Італії базувалося на створенні гігантських державних об'єднань.

Італія отримала від США \$1,5 млрд допомоги в рамках плану Маршалла у вигляді товарів та обладнання. Сума обладнання у \$154 млн була розподілена серед 6 компаній: "Фіат", "Едісон", "Монтекатіні", "Фальк", "Смі", "Саде". Крім того, усі ресурси держави, кредити та інші пріоритети розподілялись, у першу чергу, між монополіями. Той самий «Фіат» отримав 35% кредитів у рамках плану Маршалла. Дрібним і середнім компаніям був недоступний і внутрішній фінансовий ринок. З 600 млрд лір, зібраних з 1948 по 1952 р. шляхом випуску акцій та облігацій, більшу частину знову ж таки отримали великі концерни. Певною мірою це було антиподом японського економічного дива, проте мало також позитивний результат. У результаті італійські монополісти почали швидко розвиватися та захоплювати зовнішні ринки, що призвело до зростання промислового виробництва [12].

На відміну від Японії у сфері підтримки монополій, аграрні перетворення були схожі на японські. Італійська аграрна реформа 1950–1955 років полягала в тому, що держава викупувала земельні наділи площею понад 100 га, а потім продавала громадянам на виплат. Свого роду демонополізація агросектору на тлі державної монополізації в індустрії.

Усього було продано 1,5 млн га землі, що допомогло збільшити ефективність аграрного виробництва та створити попит на виробництво аграрної техніки [12].

Так само, як і в японському диві, Корейська війна (1950–1953) допомогла італійському диву, оскільки США закупували матеріали для виробництва військової техніки саме в Італії.

У підсумку Італія майже повністю відновилася після війни до початку 50-х. А в період з 1953 до 1962 обсяг промислового виробництва виріс на 300%. Правда, істотна монополізація економіки призвела до того, що рівень зарплат не зріс. Проблеми, які викликала надмірна монополізація економіки, виявилися вже наприкінці 60-х років разом з корупцією, тіншовою економікою та диспропорціями в розвитку окремих регіонів Італії [12].

Слушно дослідити повоєнне відновлення Ізраїлю 1949–1962 років. Війна за незалежність зруйнувала економіку, інфраструктура знищена на 50%, економіка прийняла близько 1 мільйона арабів-мігрантів, 40% витрат країни вимагає військово-промисловий комплекс, сільське господарство забезпечувало лише близько 50% потреб у харчових продуктах, імпорт в тричі перевищує експорт.

У процесі становлення незалежності за умов війни з країнами Арабської ліги Ізраїль шукав додаткові ресурси. Ними стали кредити та гранти США, а також випуск держоблігацій (Позика незалежності), які розміщувалися в інших країнах.

Основними економічними чинниками зростання Ізраїлю були:

- Облігаційна позика. Ізраїль став єдиною країною, якій США для повоєнного відновлення дозволили розмістити свої облігації.
- Репарації від Західної Німеччини (\$112 млрд у сучасному еквіваленті), які становили до 55% додаткових доходів бюджету у 1952–1965 роках.
- Лібералізація економіки, зокрема, скасування розподільчої системи та держрегулювання цін.
- Відмова від емісії грошей на покриття витрат.
- Запуск великих інфраструктурних проєктів, як будівництво Національного ізраїльського водопроводу, енергетичних заводів і портів. Значні інвестиції держави йшли в аграрний сектор та легку промисловість.

- Сфера ВПК стала головним роботодавцем, країна – лідером воєнної промисловості, а експорт озброєння став важливим джерелом бюджету.

З 1954 по 1964 рік ВВП Ізраїлю зростав у середньому на 10% рік до року, споживання на душу населення зросло більш ніж на 200%, країна практично досягла нульового безробіття. А головне – за цей період Ізраїль залучив інвестиції та зміг закласти основи своєї промисловості [12].

Ізраїль повоєнних часів, як і сьгоднішня Україна, мають вороже оточення та велику залежність від дружніх країн.

Сучасна Україна, навіть у стані війни, дбає про майбутнє, шукає шляхи стратегічного розв'язання багатьох проблем, що накопичено століттями.

Політичне керівництво України визначило дев'ять принципів, на яких базується план відновлення повоєнної України:

1. Повний доступ до ринків ЄС та «Великої сімки» – це допоможе виробникам інтегруватися у світові торгові ланцюги та збільшити експорт.
2. Набуття статусу кандидата, а потім повноправного члена Євросоюзу.
3. Побудова економіки за принципами дерегуляції та лібералізації.
4. Налаштування логістичних маршрутів у західному напрямку.
5. Перехід від експорту сировини до переробки у галузях, що дають найбільшу експортну виручку.

6. Розвиток вітчизняного військово-промислового комплексу. Йдеться не лише про закупівлю зброї, а й про її виробництво, зокрема за рахунок трансферу військових технологій.

7. Збільшення видобутку власного газу та розвиток атомної енергетики. Зазначається, що за 3–5 років Україна може набути енергонезалежності.

8. Кліматична модернізація.

9. Локалізація українського виробництва на рівні мінімум 60%. Це дасть поштовх економіці, створить нові робочі місця, поживить підприємницьку активність [13].

Звичайно, що це лише принципи, а сам план буде враховувати досвід інших країн, що окреслено цим дослідженням та дослідженнями різних країн.

Вже сьогодні анонсована робота 4 фондів відновлення, що направлені на:

- 1) відбудову знищеної інфраструктури (Фонд відновлення майна та зруйнованої інфраструктури);
- 2) трансформацію економіки (Фонд відновлення та трансформації економіки);
- 3) відновлення роботи малого та середнього бізнесу (Фонд підтримки малого та середнього бізнесу);
- 4) обслуговування міжнародних фінансових зобов'язань України (Фонд обслуговування та погашення державного боргу).

Економічне повоєнне зростання значною мірою залежить від факторів, які залучені у процесі суспільного відтворення. Серед їх сукупності виділяють: 1) природні ресурси; 2) трудові ресурси; 3) основний капітал (основні фонди); 4) науково-технічний прогрес; 5) сукупний попит. Дія кожного з цих факторів, які постійно змінюються і виконують різні за своїм змістом функції, вимірюється різними показниками.

Ефективність використання різних чинників суспільного відтворення

Чинник	КІЛЬКІСНИЙ показник фактора	Спосіб повного використання підвищення ефективності	Показник ефективності використання
Природні ресурси (земля, корисні копалини, вода і її ресурси, повітря та ін.)	Показник для кожного конкретного виду	Найбільш повне вилучення, комплексна і глибока переробка	Матеріаломісткість продукції
Трудові ресурси	Кількість працездатного населення	Зростання освіченості, покращення стану здоров'я, удосконалення організації праці	Продуктивність праці
Основний капітал (обладнання підприємств, транспортні засоби усіх сфер народного господарства і т. п.)	Ціна	Вдосконалення організації виробництва	Фондовіддача
Науково-технічний прогрес	Затрати	Розвиток сфери науково-дослідних і конструкторських робіт, використання їх результатів	Підвищення ефективності виробництва
Сукупний попит	Грошове вираження	Стимулювання внутрішнього попиту	Відношення приросту до минулого періоду

Перші чотири фактори економічного зростання належать до факторів пропозиції, п'ятий фактор – це фактор попиту, який в умовах не тільки бездефіцитної, але й дефіцитної економіки стимулює виробництво товарів і послуг. Усі названі фактори по-різному впливають на створення ВВП. Досконалої методики таких розрахунків ще немає, але західні економісти вважають, що частки цих факторів у величині національного доходу такі: заробітної плати – 75–80%; прибутку і процента – 15–18% та природних ресурсів – 5–7% [14].

Що стосується репарацій, це не досліджуваний розділ джерел відбудови та компенсації постраждалим секторам та містам країни. Спочатку треба класифікувати, що таке «постраждали» та розділити збиток на відновлюваний, частково відновлюваний та не відновлюваний.

Сам збиток, до якого б типу він не відносився, може бути матеріальним, соціально-психологічним, естетико-культурологічним тощо. От саме в таку по суті матрицю Україна впише усі типи збитків, які отримали міста. І далі різні комітети та різні міжнародні установи будуть досліджувати та остаточно оцінювати збитки. Найпростіше буде оцінити чисто матеріальні збитки. Експерти це зроблять швидко.

Вартість відбудови країни складається із суми вартостей відбудови міст, транзитних систем, ресурсних систем тощо – це не складне за процедурою, але величезне за обсягом завдання. Спираючись на цифри минулих війн повне відновлення житлового фону, інфраструктури – від 100.000\$ на 1 жителя міста у разі повного знищення. Далі множимо на коефіцієнт знищення. У Маріуполі це 80%, Чернігів, Харків, тощо – 50–70%. Невеликий коефіцієнт територіального руйнування не означає невеликої суми. В області може бути знищено порт і це одне, а може буди знищено музей, лавру тощо.

На даний час із відкритих джерел усі сусіди готові допомагати, будувати частково за свої кошти, частково за кредитні, прямі субвенції, допомогу тощо від ЕС, США, приватних фондів.

Головне, що потрібно робити – не повторювати помилку «плана Маршала», а саме не розробляти план відновлювання після війни, його потрібно мати вже зараз.

Огляд відбудов Північної Кореї, ФРН, країн Європи каже, що при гарній координації із сусідніми країнами нам вистачить 3–5 років. Сподіваюся, що Україна не перетвориться на лише аграрну країну, а відновить й посилить свою індустріальну компетенцію. Можливо, за рахунок присутності світових промислових гігантів та розумної оплати праці. Це дасть приріст економіки в 7–12% на рік та глибинну інтеграцію із індустріальним, фінансовим та цивілізаційно налаштованим світом.

Як буде відбудовуватись Україна? Повільно, як Іспанія чи Корея, стрімко, як Німеччина та Японія, драматично, проте успішно, як Ізраїль – залежить від багатьох чинників кінця війни: чи буде Україна на шляху у НАТО та ЕС, чи не буде тимчасово розділена, як Корея та ФРН, чи не буде в оточенні ворогів, як Ізраїль.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Основними висновками даного дослідження можуть бути такі тези:

1. Видатки на оборону є головним засобом забезпечення соціального захисту громадян.
2. Потрібен перегляд балансу потреб держави та громадян, відмова від патерналізму та підняття на новий рівень громадянської свідомості та відповідальності на користь інтересів держави. Звичайно, що громадський контроль за здоровий глузд мають пріоритет у цьому процесі.
3. Без взаємодії із країнами світу, без інтеграції з економіками США, ЕС, Китаю, Африканських країн відновлення швидким буди не може.
4. Нова стратегія відновлення має бути орієнтована на всебічну підтримку технологічних, наукомістких та високомаржинальних галузей.
5. Держані замовлення, державні виробничі монополії та конгломерати – величезна підтримка для хиткої економіки на 5–10 перших років. Після цього має бути роздержавлення та демонополізація.
6. Аграрний сегмент може бути базою для регулювання зайнятості та збалансованості торговельних відносин
7. Демонополізація комерційних структур заради технологічного оновлення.
8. Максимізація зайнятості.
9. Дотації та соціальні ініціативи держави у вигляді надання можливостей працювати і гнучких режимах та в гнучких податкових умовах.
10. Ефективність використання допомоги світу має втілюватись в щонайменше 10-12% щорічного приросту ВВП.

Література

1. Ковпак Л.В. Соціально-побутові умови життя населення України у другій половині ХХ ст. (1945–2000 рр.) / Л.В. Ковпак. – К. : Інститут історії України НАН України, 2003. – 250 с.
2. Ісайкіна О.Д. Побут і дозвілля міського населення України в повоєнний період (1945– 1955 рр.) : автореф. дис. канд. іст. наук 07.00.01 / О.Д. Ісайкіна. – Переяслав-Хмельницький, 2005. – 18 с.
3. Коляструк О.А. Повсякденне життя українського суспільства у перші повоєнні роки / О.А. Коляструк // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Серія «Історія». – Вип. 20. – 2012. – С. 131–136.
4. Яковчук Н. Українське суспільство у повоєнний період (1945–1953 рр.): Соціальний вимір і повсякденність реалії повоєнної / Яковчук Н. // Військово-історичний меридіан : електронний науковий фаховий журнал. – С. 99–112.
5. Нариси про відбудову України // Центр політичних та економічних досліджень, квітень 2022. URL: https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf

6. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання // Громадський простір. – 13.04.22. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyj-rozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya>
7. Німецьке економічне диво: як країна вийшла з безодні кризи – вражаюча історія // 24 канал. – 14.05.22. URL: https://24tv.ua/nimetske-ekonomichne-divo-yak-krajina-viyshla-bezodni-krizi-vrazhayucha_n1343523
8. Петренко А. Уроки повоєнного відродження // Українська правда. – 29.01.2015. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/petrenko/54ca1e06e496c/>
9. David E. Kaplan and Alec Dubro. YAKUDZA. THE EXPLOSIVE ACCOUNT OF JAPAN'S CRIMINAL UNDERWORLD. Addison-Wesley Publishing Co., Inc, Readings, Mass.
10. Новіков В. Яка модель для відновлення економіки після війни влаштує Україну // Економічна правда. – 16 березня 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2022/03/16/684116/>
11. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Іспанське_економічне_диво
12. Железняк Я. 5 історій економічного успіху після війни: світовий досвід для України // LB.ua. – 13/04/22. URL: https://lb.ua/economics/2022/04/13/513199_5_istoriy_ekonomichnogo_uspihu_pislya.html
13. Слово і діло. Економічний портал // Економічне відновлення України після війни: у Раді презентували план. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/02/novyna/ekonomika/ekonomichne-vidnovlennya-ukrayiny-pislya-vijny-radi-prezentuvaly-plan>
14. Політична економія : підручник / за науковою ред. В. Г. Федоренка. – К. : Алерта, 2008. – 487 с.
15. Україна 2022. Як не втратити свій шанс стати сильною державою // Український інститут майбутнього. URL: <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2022-yak-ne-vtratyty-svij-shans-staty-sylnoyu-derzhavoyu/>

References

1. Kovpak L.V. Sotsialno-pobutovi umovy zhyttia naselennia Ukrainy u druhii polovyni KhKh st. (1945–2000 rr.) / L.V. Kovpak. – К. : Instytut istorii Ukrainy NAN Ukrainy, 2003. – 250 s.
2. Isaikina O.D. Pobut i dozvillia miskoho naselennia Ukrainy v povoiennyi period (1945– 1955 rr.) : avtoref. dys. kand. ist. nauk 07.00.01 / O.D. Isaikina. – Pereiaslav-Khmelnytskyi, 2005. – 18 s.
3. Koliastruk O.A. Povsiakdenne zhyttia ukrainskoho suspilstva u pershi povoienni roky / O.A. Koliastruk // Naukovi zapysky Vinnytskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu im. M. Kotsiubynskoho. Serii «Istoriia». – Vyp. 20. – 2012. –S. 131–136.
4. Yakobchuk N. Ukrainske suspilstvo u povoiennyi period (1945–1953 rr.): Sotsialnyi vymir i povsiakdennist realii povoiennia / Yakobchuk N. // Viiskovo-istorychni merydian : elektronnyi naukovyi fakhovyi zhurnal. – S. 99–112.
5. Narysy pro vidbudovu Ukrainy // Tsentr politychnykh ta ekonomichnykh doslidzhen, kviten 2022. URL: https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf
6. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання // Громадський простір. – 13.04.22. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyj-rozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya>
7. Німецьке економічне диво: як країна вийшла з безодні кризи – вражаюча історія // 24 канал. – 14.05.22. URL: https://24tv.ua/nimetske-ekonomichne-divo-yak-krajina-viyshla-bezodni-krizi-vrazhayucha_n1343523
8. Petrenko A. Uroky povoiennoho vidrozhennia // Ukrainska pravda. – 29.01.2015. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/petrenko/54ca1e06e496c/>
9. David E. Kaplan and Alec Dubro. YAKUDZA. THE EXPLOSIVE ACCOUNT OF JAPAN'S CRIMINAL UNDERWORLD. Addison-Wesley Publishing Co., Inc, Readings, Mass.
10. Novikov V. Yaka model dlia vidnovlennia ekonomiky pislia viiny vlashtuie Ukrainu // Ekonomichna pravda. – 16 bereznia 2022 r. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2022/03/16/684116/>
11. Vikipediia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Іспанське_економічне_диво
12. Zhelezniak Ya. 5 istorii ekonomichnogo uspikhu pislia viiny: svitovy dosvid dlia Ukrainy // LB.ua. – 13/04/22. URL: https://lb.ua/economics/2022/04/13/513199_5_istoriy_ekonomichnogo_uspihu_pislya.html
13. Slovo i dilo. Ekonomichnyi portal // Ekonomichne vidnovlennia Ukrainy pislia viiny: u Radi prezentuvaly plan. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/02/novyna/ekonomika/ekonomichne-vidnovlennya-ukrayiny-pislya-vijny-radi-prezentuvaly-plan>
14. Politychna ekonomii : pidruchnyk / za naukovoiu red. V. H. Fedorenka. – К. : Alerta, 2008. – 487 s.
15. Ukraina 2022. Yak ne vtratyty svii shans staty sylnoiu derzhavoiu // Ukrainskyi instytut maibutnoho. URL: <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2022-yak-ne-vtratyty-svij-shans-staty-sylnoyu-derzhavoyu/>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-33>

УДК 658.5:621

Людмила ХОМЕНКО

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0002-8074-4805>
lusy797@ukr.net

Олександра ВОДОЛАЗСЬКА

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0002-9671-6964>
alexa.vodolazka@gmail.com

Оксана ОНИЩЕНКО

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0003-3272-9755>
oksanakremenchug@gmail.com

ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Необхідною умовою підвищення ефективності управління оборотними засобами на вітчизняних підприємствах є раціональне обґрунтування рівня витрат на управління ними. З метою обґрунтування управлінських рішень стосовно раціоналізації фінансових вкладень оборотних активів менеджер із закупівель організує процес матеріально-технічного забезпечення та контролює своєчасність поставки за оцінки відповідності замовленню та дотриманню інших договірних умов. Запропоновано до організаційної структури підприємства відносити департамент з логістики та закупівель, який знаходиться у підпорядкуванні директора з операційної діяльності. Наведена послідовність поточної оцінки постачальника за врахування основних параметрів, що забезпечують поставку якісної та безпечної продукції за одночасного розрахунку ризику співпраці з постачальником.

Ключові слова: оборотні засоби, матеріальні потоки, кондитерські вироби, витрати, споживачі.

Lyudmila KHOMENKO, Oleksandra VODOLAZSKA, Oksana ONYSHCHENKO

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

OPTIMIZATION OF INVENTORIES AT THE MODERN ENTERPRISE

A necessary condition for improving the efficiency of working capital management in domestic enterprises is a rational justification of the level of costs for their management. At the present stage of economic development, improving the efficiency of inventory management is achieved through the widespread introduction of the logistics concept.

The peculiarity of the acquisition of inventory in various ways such as the Tender Committee and the use of automated electronic systems is highlighted. The general indicators characterizing the work of the supply department at the object of research are given, the estimation of the company's commodity flow management is given. Commodity flows within the operating activities of the enterprise are compared and characterized.

In order to substantiate management decisions regarding the rationalization of financial investments of current assets, the procurement manager organizes the process of logistics and controls the timeliness of delivery for assessments of compliance with the order and compliance with other contractual terms. It is proposed to include in the organizational structure of the enterprise the Department of Logistics and Procurement, which is subordinated to the announcer for operational activities. The sequence of the current assessment of the supplier is taken into account, taking into account the main parameters that ensure the supply of quality and safe products while calculating the risk of cooperation with the supplier.

An approach to strategy development to avoid risks and a mechanism for strategy to restore the supply chain during pandemics and emergencies are proposed. As a result of the research, the ways of improving the management system of commodity flows and their optimization to ensure the normal rhythm of the production process are proposed.

Key words: working capital, material flows, confectionery, costs, consumers.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Одним з важливих чинників підвищення ефективності підприємницької діяльності є ефективне управління матеріальними запасами. Сучасні підприємства ще не включили управління запасами до складу основних напрямків активно здійснюваної стратегії своєї поведінки у ринковому середовищі і явно недостатньо використовують даний фактор підвищення конкурентоспроможності [1, 2]. Аналіз існуючої практики господарювання на підприємствах індустріально розвинутих країн показує, що загальним орієнтиром в управлінні запасами є їх мінімізація в допустимих межах, що призводить до прискорення обороту власних коштів і підвищення на цій основі конкурентоспроможності, зміцнення і розширення своєї ніші на ринку товарів, робіт і послуг. Забезпечити високий рівень якості продукції та надійність її поставок споживачам неможливо як без створення оптимальної величини запасу готової продукції, так і запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, незавершеного виробництва та інших ресурсів, вкрай необхідних для ритмічного функціонування виробничого процесу.

На сучасному етапі розвитку економіки підвищення ефективності управління матеріальними запасами досягається за рахунок широкого запровадження логістичної концепції. Прогресивна концепція передбачає інтегрований підхід до управління запасами в межах логістичної системи, підпорядкування

стратегії управління матеріальними запасами глобальній ринкової стратегії підприємства, обґрунтування оптимального рівня запасів матеріальних ресурсів за врахування прогнозних оцінок їх потреби. Таким чином, управління запасами чітко здійснюється у відповідності з графіками як виготовлення продукції, так і її постачання споживачам [3, 4]. За подачі потрібних матеріалів в потрібне місце і в потрібний час скорочуються всі види запасів матеріальних ресурсів, що і реалізує концепцію «виробництва з нульовим запасом». Систему управління матеріальними запасами доцільно розглядати як окрему підсистему загальної логістичної системи [5–8]. Мета функціонування сучасної системи управління полягає у підтримці раціонального рівня запасів, при якому досягається висока їх оборотність стосовно ефективного обслуговування споживачів та оптимізації витрат на зберігання запасів. Підвищення ефективності управління матеріальними запасами на сучасному етапі функціонування економічного середовища потребує переходу від традиційних методів управління до логістичних. Такий перехід зумовлює включення управління запасами до складу основних напрямків реалізації економічної політики підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Широкий аспект управління матеріальними запасами розглядаються в роботах О.Б. Білоцерківського [1], М.В. Зубця [10], І.В. Ковальчука, Т.В. Косарева [2], Ю.Ф. Мельника, В.Я. Масель-Веселяка [10], В.І. Перебийніса, О.В. Перебийніса [3], Ю. Пінчука [4], С. Питеркіна [5], А.В. Рязанова [6], П.Т. Саблука [10], Смирнова [7], Я. Степченкова [8], А. Тимошенко [9] та інших авторів. Визначаються як науково-практичні підходи до управління запасами, так і емпіричні дослідження закономірностей їх існування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

На етапі розбудови сучасної ринкової економіки з орієнтацією на задоволення потреб споживачів в галузі управління запасами виникають проблеми, які вимагають при їх дослідженні використовувати нові підходи. Зокрема доцільно розробляти управління запасами з урахуванням глобальної логістичної стратегії, формувати системи показників для кількісної оцінки стану матеріальних запасів за логістичного підходу та створювати механізм взаємодії суб'єктів логістичної угоди.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є винайдення можливості оптимізації раціонального використання обігових засобів на основі логістичної концепції.

Виклад основного матеріалу

У ринковій економіці за посилення конкуренції логіка поведінки топ-менеджерів підприємства визначається необхідністю вивчення кон'юнктури ринку, прогнозування попиту для раціоналізації власного виробництва, забезпечення високого рівня якості продукції та надійності її поставок в часі при мінімальних витратах. Досягнення зазначених цілей можливе за ефективного управління запасами матеріальних ресурсів за врахування специфіки підприємств відповідної галузі. Так, специфіка кондитерського виробництва пов'язана з сезонним характером процесу постачання матеріальними ресурсами, особливостями ціноутворення на ринках сільськогосподарських продуктів, які є первинними у ланцюгу постачання [9, 10]. В таких умовах доводиться балансувати між рішенням купити в сезон дешево але потім зберігати надлишкову товарну масу, чи навпаки організувати рівномірний потік без зберігання надлишкового запасу, проте за існуючими цінами. З огляду на вказане вище, важливого значення набуває управління товарними потоками виробничих підприємств як складової раціонального обґрунтування рівня витрат. Для збільшення обсягів виробництва кондитерської продукції в конкретному регіоні створено приватне підприємство «Виробничо-торгова компанія «Лукас» в місті Кременчук.

За роботу з постачання товарними запасами компанії відповідальним є відділ закупівель. Закупівля товарно-матеріальних цінностей можлива наступними способами: із затвердженням на Тендерному комітеті; за допомогою автоматизованих електронних систем (APS Tender); без проведення тендеру на підставі аналізу комерційних пропозицій від постачальників з погодженням безпосереднім керівником. Менеджер компанії із затвердженого переліку обирає спосіб закупівлі за врахування можливих вигод від використання найбільш ефективного. Обов'язково затверджуються на Тендерному комітеті закупки імпортованих, вартісних та матеріалів довгострокового контракування (від трьох місяців). Проведення тендеру дає можливість впроваджувати в практику найкращі умови співпраці компанії з постачальниками. Закупівлі допоміжних матеріалів здійснюються за планами, що складаються відповідальним співробітником структурного підрозділу, з подальшим узгодженням виконавчим директором по напрямку або керівником відповідного департаменту. Внесення уточнень до плану закупівель здійснюється у випадку: зміни обсягів фінансування; зміни потреби в продукції; в разі непередбаченої ситуації на підприємстві. Затверджені плани закупівель опрацьовує менеджер стосовно: визначення потреб у закупівлі; обґрунтування термінів поставки та перевірки актуальності даних щодо контрагента, договору, способу і терміну оплати та інше; розцінює матеріали в узгоджені строки. Перед процесом розцінки доцільно враховувати результати маркетингових

досліджень стосовно моніторингу ринкових цін на продукцію. На наше глибоке переконання основною метою такого підходу виступає визначення наявності конкурентного середовища; встановлення кваліфікаційних та спеціалізованих вимог до постачальника, наявність ISO, досвід в певних послугах; визначення початкової (максимальної) ціни договору; уточнення, за необхідності, вимог до продукції або до постачальників. Таким чином, менеджер із закупівель організовує процес матеріально-технічного забезпечення та контролює своєчасність поставки за оцінки відповідності замовленню та дотриманню інших договірних умов.

За детального врахування інформації з довідників, рекламних буклетів, спеціалізованих журналів, а також попереднього досвіду роботи з постачальниками менеджер виявляє потенційних постачальників та здійснює аналіз запропонованої постачальниками продукції на предмет відповідності установленим нормам, уточнює ціну та умови платежу. Після збору відповідної інформації щодо потенційних постачальників направляє їм запрошення для реєстрації на APS Tender, а також вносить пропозицію на розгляд тендерного комітету. За умови успішного тестування продукції постачальника, департамент технології та якості вносить її до переліку затверджених товарно-матеріальних цінностей і, таким чином, продукція стає предметом закупівлі. Паралельно з тестуванням пробної партії продукції постачальник допускається до первинної оцінки. Результати тестування пробної партії продукції впливають на оцінку постачальника. Тендерний комітет протягом двох днів з моменту одержання інформації розглядає пропозиції, аналізує документи тендеру, а в разі необхідності перевіряє достовірність запропонованих цін та умов поставки і попередньо визначає переможця тендеру. Слід зазначити, що здійснюється оцінка умов, які актуальні на момент проведення тендеру. За доцільності додатково пропозиції затверджує керівник або технічний фахівець, який подав заявку на закупівлю товарно-матеріальних цінностей або відповідних послуг. Менеджер з організації закупівель на етапі затвердження оперативно відслідковує процес та надає відповіді на запитання тендерного комітету. Прикінцеве рішення відображається в журналі погоджень в APS статусом «погоджено» учасниками Тендерного комітету. Виконавець направляє рішення на узгодження у відповідності з процедурою підписання договорів та специфікацій на постачання. Загальні показники, що характеризують роботу відділу постачання на об'єкті дослідження, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Загальні показники, що характеризують діяльність з постачання товарними запасами

Напрямки	Середньомісячний бюджет закупівель, тис. грн.	Середня кількість SKU, що закуповуються за місяць, шт.	Середня кількість постачальників, з якими обслуговуються угоди протягом місяця, шт.	Середня кількість замовлень постачальникам, оформлених менеджером протягом місяця, шт.
Менеджер з допоміжних матеріалів 1	1 484	248	43	82
Менеджер з допоміжних матеріалів 2	716	235	40	56
Менеджер з допоміжних матеріалів 3	872	384	38	85
Менеджер з пакувальних матеріалів	10 791	105	25	72
Менеджер з постачання на ділянку БКВ	2 728	159	46	132
Менеджер з основної сировини 1	32 422	66	35	127
Менеджер з основної сировини 2	10 555	27	17	53
Середнє між менеджерами	8 510	175	35	87

Товарні потоки на конкретному підприємстві розподілені за наступними видами: допоміжні матеріали; пакувальні матеріали; основна сировина; сировина для бісквітно-кремового виробництва (БКВ). Середні дані в таблиці розраховані за результатами відпрацьованих повних місяців 2021 року, тобто з січня по липень. Результати засвідчили, що робота між напрямками розподілена не рівномірно. За напрямком основної сировини перший менеджер відповідає за поставки на суму 32 млн грн на місяць, а інший 10,6 млн грн. тобто бюджет закупівель втричі нижчий. Бюджет закупівель менеджерів з допоміжних матеріалів суттєво менший за середні показники по менеджерах, а обслуговують ці потоки три особи. Кількість поставок чи SKU, що формують такий бюджет, є значно більшою ніж у менеджерів з поставки сировини однак не набагато вища за середнє по відділу. Слід зазначити, що загалом структура відділу закупівель потребує оптимізації за відповідного перегляду посадових обов'язків за напрямками у розрізі менеджерів. Представника кондитерської галузі можна вважати учасником глобального ланцюга постачання від арахісу з Бразилії, чи какао з Англії до продажу продукції споживачам у 54 країнах світу через дилерську мережу та мережу представництв [2, 7]. На рис. 1 представлена узагальнена оцінка управління товарними потоками компанії.



Рис. 1. Показники інтенсивності товарних потоків Компанії «Лукас»

З наведених на рисунку даних видно, що товарні потоки компанії досить динамічні. При цьому має місце постачання з двох напрямків: внутрішнє та зовнішнє. Структурно-динамічний аналіз товарного потоку дозволяє обґрунтувати резерви підвищення ефективності управління матеріальними потоками. У зв'язку з системним підходом до оцінки товарних потоків та для співставлення результатів скористаємося грошовим їх розрахунком. Вихідний потік оцінено за собівартістю, оскільки саме в такій оцінці ці два потоки є співставними. Вхідний товарний потік за вартісною оцінкою суттєво переважає вихідний. Цьому є дві причини: вхідний потік містить внутрішню логістику, а саме переміщення з центральних складів компанії до складів на виробничих підрозділах; компанія здійснює інвестиції в напрямку побудови нової лінії для виробництва круасанів, що обумовлює необхідність закупівлі допоміжних матеріалів в рамках інвестиційної діяльності, а не операційної. Співставлення товарних потоків тільки в рамках операційної діяльності (таблиця 2) засвідчив, що вхідний потік з року в рік скорочується, а вихідний зазнав значного зменшення у 2019 році, проте відновився у 2020.

Таблиця 2

Співвідношення вихідного та вхідного товарного потоку в операційній діяльності

Показник	2018	2019	2020	Приріст 19/18		Приріст 20/19	
				абс.	відн., %	абс.	відн., %
Вхідний товарний потік	633891	471726	470482	-162164	-25,6	-1 244	-0,3
Вихідний товарний потік	790751	635598	653041	-155153	-19,6	17 443	2,7
Співвідношення вихідного та вхідного товарних потоків	1,25	1,35	1,39	0,10	8,0	0,04	3,0

У характеристиці вхідного та вихідного потоку в рамках операційної діяльності позитивним є те, що з кожним роком на гривню закуповуваних товарно-матеріальних цінностей припадає все більше гривень вихідного товарного потоку. Цей факт дає підстави стверджувати про ефективність цінової політики підприємства як у роботі з покупцями, так і з постачальниками. На підтвердження даного висновку, додатково оцінили динаміку товарних потоків в закупівлі сировини і матеріалів та потоку готової продукції в натуральних вимірниках. Динаміка потоків у натуральному виразі повторює динаміку у грошовому, що підтверджує висновок стосовно ефективної цінової політики підприємства. Для випуску одного кілограму продукції компанія витрачає більше 3 кг сировини та матеріалів. Разом з тим, позитивним є скорочення даного показника у 2020 році, що також є наслідком впровадження системи економного виробництва.

Стосовно діяльності з управління товарними потоками, то слід зазначити що до організаційної структури підприємства відноситься департамент з логістики та закупівель, який знаходиться у підпорядкуванні директора з операційної діяльності. У 2021 році департамент зазнав реорганізації і на сьогодні його структура має наступний вигляд (Рис. 2).

Загалом департамент налічує 77 штатних одиниць. До складу департаменту належать: відділ закупівель; склад основної сировини та матеріалів; склад допоміжних матеріалів; склад бісквітно-торгової продукції; менеджер-логіст; аналітик консолідованої інформації. Очолює департамент керівник. Менеджер-логіст та аналітик знаходяться у його прямому підпорядкуванні. За висновком топ-менеджерів компанії структура департаменту є оптимальною, що дозволяє якісно організувати товарні потоки як вхідного так і вихідного характеру.

Поточна оцінка постачальника передбачає кількісне визначення основних параметрів, що забезпечують поставку якісної та безпечної продукції за розрахунку ризику співпраці з постачальником. Поточну оцінку постачальника здійснює співробітник відповідальний за закупівлю для визначення відповідності постачальника затвердженим в компанії вимогам щодо якості та безпеки продукції.

В обов'язки відповідального поставлена також задача визначення можливого впливу даного постачальника на економічні показники компанії та збереження ланцюга безперервних поставок. Кількісну оцінку здійснюють на підставі наступних критеріїв (таблиця 3): наявність рекламцій на якість і безпеку

товарно-матеріальних цінностей; виконання умов тендеру або договору; відповідність супровідній документації на товар; реакція на скарги.

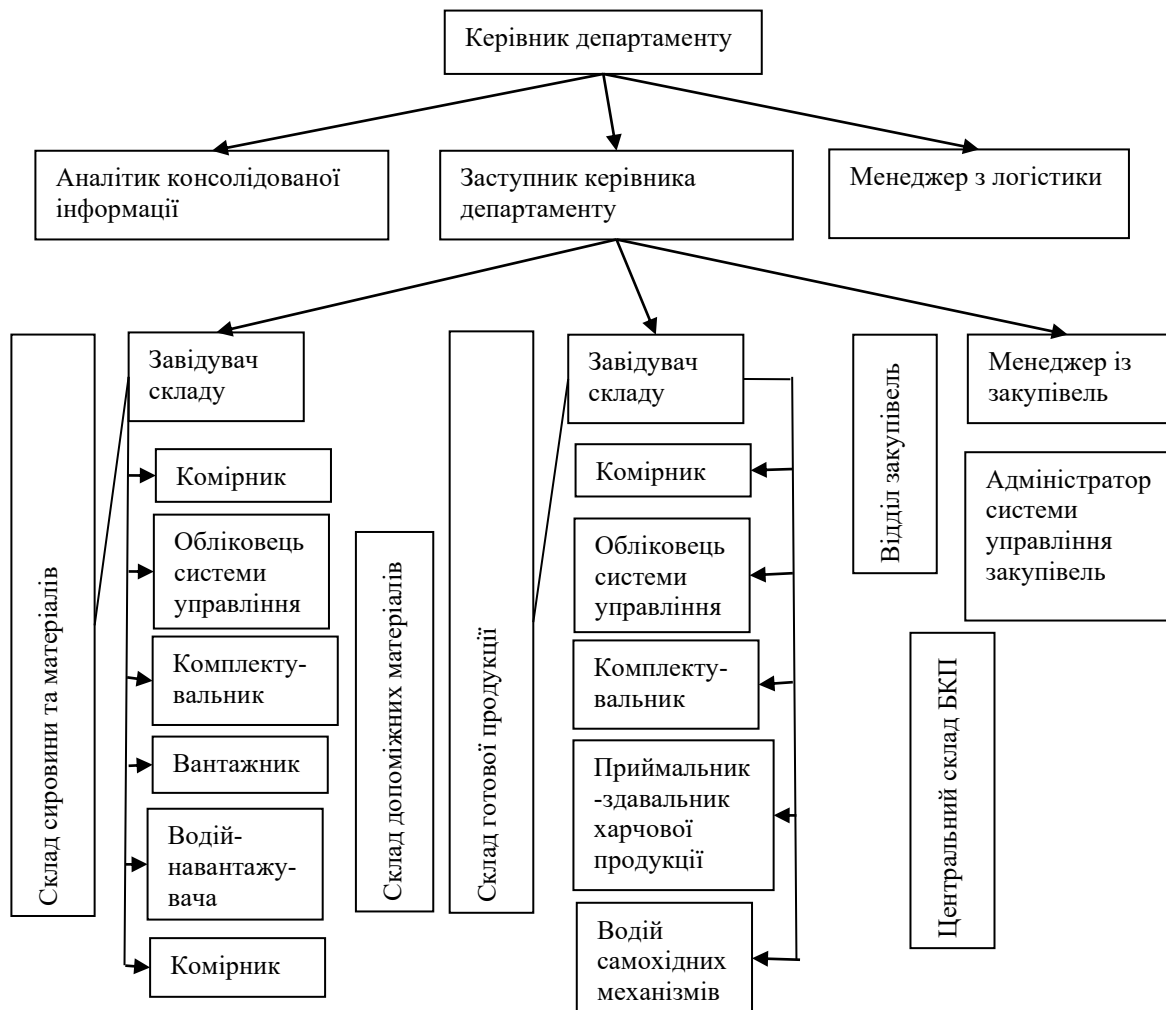


Рис. 2. Організаційна структура департаменту з логістики та закупівель компанії «Лукас»

Таблиця 3

Оцінка постачальника

Вага критерію, %	Тип критерію	Метод розрахунку	Опис
30	Наявність скарг на якість і безпеку товарів	$(100 - X)/10$	100% - загальна кількість поставок X%* - % поставок з відхиленнями за якістю.
15	Дотримання умов тендеру	$(100 - X)/10$	100% - загальна кількість поставок X%* - % поставок з порушеннями умов тендера (ціна, термін, обсяг поставки, умови оплати та ін.)
15	Відповідність супровідної документації на товар	$(100 - X)/10$	100% - загальна кількість поставок X%* - % поставок з неповним пакетом документів або відсутністю документів.
20	Реакція на скарги	$(100 - X)/10$	100% - загальна кількість скарг X%* - кількість скарг без реакції постачальника (або реакція здійснена з порушенням терміну зазначеного в договорі)
20	Наявність задокументованої системи управління безпекою і якістю продукції	10	Міжнародні стандарти визначають вимоги щодо якості та безпеки харчових продуктів. IFS FOOD, BRC FOOD
		8	Серія міжнародних стандартів на Систему менеджменту в області безпеки харчової продукції FSSC 22000, ISO 22000.
		5	Міжнародний стандарт, що описує вимоги до системи менеджменту якості організацій і підприємств. ISO 9001, ДСТУ ISO 22000
		0	Відсутня система управління якістю і безпекою

* показник округляється до цілого десятку (наприклад 10, 20 і т.д.)

Рівні рейтингу поділені на 4 категорії: від 7,5 до 10 балів – рейтинг А (відмінний постачальник); від 5 до 7,4 балів – рейтинг В (надійний постачальник); від 2,5 до 4,9 балів – рейтинг С (ненадійний постачальник) – необхідний дозвіл керівництва; від 0 до 2,48 балів – рейтинг D (незадовільний постачальник) – робота заборонена (блокування контрагента). На наступному етапі здійснюється оцінка ризику співпраці з постачальником за аналогічною процедурою як при первинній оцінці. Постачальник, який отримав високу оцінку ризику за двома та більше критеріями повинен перебувати під особливим наглядом. У випадку скорочення рейтингу такого постачальника менеджер зобов'язаний розпочати пошук альтернатив.

Для товарно-матеріальних цінностей першої групи за потреби необхідно проводити аудит постачальника. Рішення про необхідність проведення аудиту приймає керівник департаменту з логістики та закупівель, менеджер відповідальний за закупівлю товарів. Підставою для проведення аудиту постачальника може служити: зниження рейтингу постачальника до рівня С або D; збільшення кількості рекламцій щодо якості та безпеки товарів; перевірка постачальника при укладанні контракту на поставку. На підставі результатів аудиту постачальника рейтинг його може бути змінений. Менеджер повинен постійно співпрацювати з партнерами компанії на предмет своєчасного отримання інформації щодо планів підготовки та реагування у зв'язку з пандеміями та форс мажорними ситуаціями, інцидентами, пов'язаними зі здоров'ям та з надзвичайними ситуаціями. В умовах пандемії та надзвичайних ситуацій необхідно впроваджувати скоординовані рішення між підрозділами на всіх етапах ланцюга постачання [2, 6]. Запропоновано підходи до розробки чіткої стратегії з метою уникнення ризиків. Пропонується механізм стратегії, який наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Основні елементи відновлення ланцюга постачання у період пандемії та надзвичайних ситуацій

Елемент ланцюга постачання	Комплекс логістичних рішень
Створення прозорості в багаторівневому ланцюгу постачання	1) аналіз і виявлення регіонів особливого ураження 2) пошук альтернатив до всіх видів сировини
Оцінювання наявності запасів	1) оцінювання цільових запасів сировини та пакування на складах; 2) запчастин для обслуговування виробничих потужностей
Аналіз потреби в сировині	1) аналіз потреби в сировині з огляду на існуючий попит на виробництві 2) планування закупівель з урахуванням потреб виробничої програми
Виявлення й збереження логістичних потужностей	1) оцінювання доступних логістичних потужностей; 2) прискорення митного оформлення; 3) заміна видів транспорту й раннє бронювання морських та залізничних засобів з огляду на поточний стан.

Всі рішення про закупівлі в умовах пандемії та надзвичайних ситуацій приймаються тендерним комітетом або надзвичайною комісією. У випадку відсутності можливості поставки сировини від затвердженого постачальника через пандемію чи надзвичайну ситуацію, закупівля здійснюється від альтернативного постачальника за скороченою процедурою. За такої ситуації менеджер подає обґрунтування закупівлі на розгляд тендерному комітету із зазначенням «Заміна поставки через надзвичайну ситуацію». За відсутності можливості поставки менеджер зобов'язаний своєчасно повідомити керівника департаменту, відділ планування, департамент з технологій та якості та інші зацікавлені підрозділи з метою опрацювання одного з нестандартних варіантів: коригування графіку виробництва, зміни рецептури, заміна асортименту та інше.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, одним із напрямків оптимізації товарного потоку виступає перерозподіл функціональних обов'язків щодо його контрольованості. За таких умов скорочується рівень ризику, який раніше концентрувався в одних руках, що зумовлює скорочення виробничих запасів. Зниження запасів призведе до зниження втрати від омертвіння в запасах коштів. Обґрунтовано підходи до удосконалення управління логістикою матеріальних замовлень на основі методів оптимізації обсягу запасів, формування стратегії логістичного управління запасами та доведено ефективність динамічної систему управління товарним потоком.

Література

1. Білоцерківський О.Б. Прогнозування розвитку високотехнологічного сектору економіки України. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 11. С. 572–577.
2. Ковальчук І.В., Т.В. Косарева. Управління запасами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Економіка АПК. 2005. № 7. С. 86–94.
3. Перебийніс В.І., О.В. Перебийніс. Агропродовольчий комплекс: логістичні засади формування і функціонування. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України: Серія «Економічні науки». 2006. № 1. С. 7–12.

4. Пинчук Ю. Управление запасами на основе показателей оборачиваемости. Финансовый директор. 2008. № 2. URL: <http://www.intalev.ua/?id=23954>.
5. Питеркин С. Планирование производства и управление запасами. Intelligent. 2004. № 6 (95). URL: <http://www.iemag.ru>.
6. Рязанов А.В. Організація системи управління матеріальними потоками промислового підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 11. С. 131–136.
7. Смирнов И.Г. Проблемы и методы эффективного управления запасами в логистических системах. Дистрибуция и логистика. № 4. 2003. С. 6–19.
8. Степченков Я. Показатели эффективности управления запасами. Дистрибуция и логистика. 2008. № 7. С. 19–22.
9. Тимошенко А. Системы управління запасами. Справочник экономиста. 2008. № 6. С. 53–58.
10. Ціноутворення та нормативні витрати в сільському господарстві: теорія, методологія, практика. За ред. П. Т. Саблука, Ю. Ф. Мельника, М. В. Зубця, В. Я. Месель-Веселяка. К. : Інститут аграрної економіки УААН, 2013. Т. 2.
11. Нормативна собівартість і ціни на сільськогосподарську продукцію. За ред. П. Т. Саблука, Ю. Ф. Мельника, М. В. Зубця, В. Я. Месель-Веселяка. К., 2013. 650 с.

References

1. Bilotserkivskiy O.B. Prohnozuvannya rozvytku vysokotekhnolohichnoho sektoru ekonomiky Ukrainy. Ekonomika i suspilstvo. 2017. Vyp. 11. S. 572–577.
2. Kovalchuk I.V., T.V. Kosarieva. Upravlinnia zapasamy u zabezpechenni konkurentospromozhnosti pidpriemstv. Ekonomika APK. 2005. № 7. S. 86–94.
3. Perebyinis V.I., O.V. Perebyinis. Ahroprodovolchyi kompleks: lohistychni zasady formuvannya i funktsionuvannya. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy: Seriya «Ekonomiczni nauky». 2006. № 1. S. 7–12.
4. Pinchuk Yu. Upravlenie zapasami na osnove pokazatelej oborachivaemosti. Finansovyy direktor. 2008. № 2. URL: <http://www.intalev.ua/?id=23954>.
5. Piterkin S. Planirovanie proizvodstva i upravlenie zapasami. Intelligent. 2004. № 6 (95). URL: <http://www.iemag.ru>.
6. Rязанов А.В. Orhanizatsiia systemy upravlinnia materialnymy potokamy promyslovoho pidpriemstva. Aktualni problemy ekonomiky. 2009. № 11. S. 131–136.
7. Smirnov I.G. Problemy i metody effektivnogo upravleniya zapasami v logisticheskikh sistemah. Distribuciya i logistika. № 4. 2003. S. 6–19.
8. Stepchenkov Ya. Pokazateli effektivnosti upravleniya zapasami. Distribuciya i logistika. 2008. № 7. S. 19–22.
9. Tymoshenko A. Systemy upravlinnia zapasamy. Spravochnyk ekonomysta. 2008. № 6. S. 53–58.
10. Tsinoutvorennia ta normatyvni vytraty v silskomu hospodarstvi: teoriia, metodolohiia, praktyka. Za red. P. T. Sabluka, Yu. F. Melnyka, M. V. Zubtsia, V. Ya. Mesel-Veseliaka. K. : Instytut ahrarnoi ekonomiky UAAAN, 2013. T. 2.
11. Normatyvna sobivartist i tsiny na silskohospodarsku produktsiiu. Za red. P. T. Sabluka, Yu. F. Melnyka, M. V. Zubtsia, V. Ya. Mesel-Veseliaka. K., 2013. 650 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-34>

УДК: 658.8

Олівер ОРЛОВ

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0003-1132-2999>

Євгенія РЯСНИХ

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-2440-1461>
e-mail: pro_univer@ukr.net

Олена САВЧЕНКО

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0001-7580-9048>
e-mail: savchenkoo@khmnu.edu.ua

АСОРТИМЕНТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

В статті надано критичний аналіз асортиментного ціноутворення, доведено непридатність традиційних методів управління змінами асортименту продукції підприємств за умов багатомономенклатурного виробництва. Пропонується новий підхід до вирішення цієї актуальної проблеми із застосуванням інструментарію маржинального аналізу.

Ключові слова: асортиментне ціноутворення, коефіцієнт беззбитковості, запас надійності, коефіцієнт маржинального прибутку.

Oliver ORLOV, Evgenia RYASNYKH, Olena SAVCHENKO

Khmelnitskyi National University

ASSORTMENT PRICING IN THE FIELD OF MARKETING INNOVATION

The modern world is in a period of rapid structural change that affects all spheres of life, and to survive in this competitive environment, companies must respond to these changes in a timely manner. Against the background of new requirements, the crisis of existing planning methods and especially pricing for new products is clearly visible.

The article provides a critical analysis of assortment pricing, proves the unsuitability of traditional methods of managing changes in the range of products of enterprises under conditions of multi-item production. A new approach to solving this topical problem with the use of margin analysis tools is proposed.

The article emphasizes that the impact of reduction (or increase) in prices for specific products on profitability and profitability can not be considered in isolation from the range and range of products in general for the enterprise. The authors believe that the main role in making decisions to reduce or increase prices for specific products is played by the coefficient of marginal profit. It is proved that assortment pricing can be implemented only with the help of a marginal approach, in which the break-even point is played by the break-even factor and the reliability margin. The proposed method of calculation has the character of direct influence, has no analogues in foreign and domestic literature and practice, does not require additional resources and time. The proposals themselves are very simple and have an internal logic.

Key words: assortment pricing, break-even point, reliability margin, margin profit ratio.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасний світ знаходиться в періоді швидких структурних змін, які торкаються усіх сфер життя, і, щоб вижити у цьому конкурентному середовищі, підприємства повинні своєчасно реагувати на ці зміни. На тлі нових вимог явно проглядається криза існуючих методів планування і особливо ціноутворення на нову продукцію.

Крім проблеми «витратного» чи «ціннісного» підходу до формування цін на нову продукцію перед керівництвом підприємства можуть виникнути дві взаємовиключні задачі: знизити ціни заради збільшення обсягу реалізації продукції і, відповідно, збільшення прибутку чи підвищити ціни, нехтуючи обсягами продажу, заради зростання прибутку. І у цих двох випадках існує небезпека замість збільшення отримати зменшення прибутку.

Ціноутворення на нову продукцію – це частина маркетингу інновацій, це його стратегія, а проблеми зниження чи збільшення ціни заради зростання прибутку – це тактичне маркетингове рішення.

Вирішення проблеми зміни цін і обсягів продажу можливі для недиференційованих продуктів, наприклад, для автомобілів, кави, сирої нафти і т.п. Але більшість підприємств випускає десятки чи сотні різних продуктів і оцінити криві попиту на них доволі важко. «Але, хоча б приблизно характер функції витрат може бути достатнім для розуміння економічної теорії, – відмічає К. Друрі – основною причиною, через яку багато підприємств не застосовують її безпосередньо на практиці, є складність оцінювання кривих попиту для кожного основного продукту» [1].

Виклад основного матеріалу

Попит – це відносини між ціною товару і його кількістю, яку покупці хочуть і можуть придбати. Закон попиту стверджує, що чим нижче ціна товару (за інших рівних умов), тим більше буде попит на нього.

Але не слід забувати, що попит можна описати лише теоретично. Його визначають з концепції корисності товару і цінності ціни, яка відображає такі не порівнювані субстанції, як задоволення від придбання товару, різні ціни для багатих і бідних тощо. У такий спосіб хоча попит і пропозиція дійсно формують рівноважну ціну, побудувати таку криву для окремо взятої фірми практично неможливо. Справа в тому, що відносини, які стихійно складаються на ринку, не можуть досить точно бути відображені на рівні конкретної фірми. Слід враховувати, що на попит крім ціни, впливають якість товару, якість інших товарів, доходи покупців, міжнародні кризи, політичні і соціальні конфлікти, ситуація на ринку енергоносіїв, валютні курси та ін.

Що стосується пропозиції, то тут ситуація дещо інша. Хоча дуже проблематично об'єднати криві пропозиції всіх фірм, для окремої фірми побудувати такі криві залежно від ціни і обсягів продажу цілком реально.

Зарубіжні автори описуючи оцінку залежності обсягу попиту від ціни реалізації наводять приклади еластичності попиту по ціні (див. табл. 1).

Таблиця 1

Залежність попиту від ціни продукції

Ціна за од. ф.ст.	200	210	220	235	250	260	275	285
Попит тис. од.	10	9	8,5	7,5	6,5	6	5	4

Змінні витрати на одиницю продукції складають 140 ф.ст. [2].

У подальшому, віднімаючи від ціни змінні витрати, розраховуємо «питомий вклад» (маржинальний прибуток на одиницю продукції). Помноживши його на «попит» отримуємо «сукупний вклад» на обсяг у ф.ст. У підсумку, ціна за одиницю продукції 260 ф.ст. і з обсягом попиту 6000 од. забезпечує найбільший сукупний вклад 720000 ф.ст. [1].

Спробуємо критично поглянути на цей приклад.

По-перше, еластичність попиту за ціною можна описати лише теоретично. Важко уявити, що на вітчизняних підприємствах проводять такий аналіз.

По-друге, співвідношення попиту і ціни проводиться за умов одно- номенклатурного виробництва.

По-третє, не слід витрачати енергію, час і витрати на інформацію, яка марна для прийняття управлінських рішень на практиці.

По іншому підійшли до вирішення цієї проблеми Р. Долан і Г. Саймон. У своїй роботі «Ефективне ціноутворення»[3] вони розраховували залежність зниження (підвищення) ціни при різних значеннях змінних витрат в поточній ціні – збільшення чи зменшення обсягів продажу для збереження того ж самого прибутку. «При частці останніх у 80% теперішньої ціни приріст продажу на 100% потрібен тепер для компенсації зниження ціни на 10%» [3]. А для компенсаційних розрахунків використовувались такі показники як «питомий вклад»(маржинальний прибуток на одиницю продукції «ПМ») і «сукупний вклад»(маржинальний прибуток за видами продукції «М»). Покажемо це на умовному прикладі.

Виріб «А», ціна – 100 ф.ст., змінні витрати – 80 ф.ст., маржинальний прибуток на одиницю продукції- 20 ф.ст. кількість виробів (N) – 200 од. Маржинальний прибуток на обсяг: $200 \times 20 = 4000$ ф.ст.

Ціну знизили на 10%: $C_n = 100 \times 0,9 = 90$ ф.ст., $ПМ = 90 - 80 = 10$ ф.ст., $М = 10 \times 200 = 2000$ ф.ст.

Тобто маржинальний прибуток скоротився на 100%. Для збереження маржинального прибутку (і прибутку) слід збільшити обсяг продажу на 100%: $N_n = 400$ од., $M_n = 400 \times 10 = 4000$ ф.ст. Але ці розрахунки придатні лише за умов однономенклатурного виробництва.

Проблема співвідношення ціни, попиту і пропозиції за умов багатомноменклатурного виробництва є досить актуальною і потребує розрахунків придатних для прийняття управлінських рішень на практиці. «У цьому випадку у процесі ціноутворення необхідно розглядати весь асортимент товарів (послуг), – стверджує А. Апчерч, – це і називається **асортиментним ціноутворенням**» і продовжує: «витратний підхід не в змозі відобразити маркетингові залежності» [2].

За умов багатомноменклатурного виробництва зміни цін і обсягів продажу за окремими видами продукції викликають зміни показників за всією номенклатурою і асортиментом продукції, що випускається підприємства. А рентабельність окремих видів може суттєво викривлюватись в залежності від методу розподілу постійних витрат [2].

Існуючи методи розподілу постійних витрат пропорційно різним базам (прямій оплаті праці, виручці, вартості матеріалів, машино-годинам і т.п.) викривлюють реальну собівартість видів продукції і не відповідають головній вимозі системи «CVP» (витрати-обсяг виробництва-прибуток): при розрахунку беззбитковості за умов багатомноменклатурного виробництва структура асортименту повинна залишатися незмінною.

Цій вимозі відповідає лише розподіл постійних витрат пропорційно маржинальному прибутку. Розподіляючи постійні витрати за видами продукції ми ніби констатуємо, що при виробництві даного продукту, виходячи з його цільового призначення, необхідним є саме такий розмір постійних витрат. Але це зовсім не так. Величина постійних витрат, що припадає на кожний виріб, змінюється в залежності від ступеня активності підприємства, змін в структурі асортименту, і тому змінюється і собівартість за видами

виробів. Тому більш коректно вести мову не про розподіл, а про покриття маржинальним прибутком постійних витрат і формування прибутку за видами продукції і в цілому по підприємству. Основні формули для проведення цих розрахунків наступні:

$$Kб = ПВ/М \quad (1)$$

$$Зн = 1 - Kб \quad (2)$$

$$Пі = Зн \times Мі \quad (3)$$

$$ПМі = Ці - Зві \quad (4)$$

$$Кмп = ПМі / Ці \quad (5)$$

$$Рі = Пі / (Ві - Пі), \quad (6)$$

де Кб – коефіцієнт безбитковості; ПВ – постійні витрати по підприємству; М- маржинальний прибуток по підприємству; Зн – запас надійності; Пі – прибуток за видами продукції; Мі – маржинальний прибуток за видами продукції; ПМі і ЗВі – прибуток і змінні витрати на одиницю продукції; Кмп, Рі і Ві – відповідно коефіцієнт маржинального прибутку, рентабельність і виручка за видами продукції.

Слід зазначити, що ні постійні витрати, ні собівартість за видами продукції у цих розрахунках участі не приймають. Хоча ці розрахунки зробити нескладно з використанням показника «Кб».

Кб і Зн – це своєрідні «чорні скриньки», які акумулюють інформацію за всіма виробами і, у кінцевому підсумку, надають показники прибутку і рентабельності за видами продукції і в цілому по підприємству

Замість показників «частка змінних витрат у ціні продукції» у цих розрахунках ми використовуємо показник «коефіцієнт маржинального прибутку». Якщо частка змінних витрат у ціні становить 80% - Кмп=0,2.

Розглянемо умовний приклад розрахунків для багатонаменклатурного виробництва. У вихідній інформації надані три вироби з різним ступенем потенційної рентабельності – Кмп = 0,2; 0,4; 0,6.

Таблиця 2

Вихідна інформація

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	300	85	25500	68	20400	17	5100	1020	4,16	0,2.
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	800	8,69	0,4
Z	150	100	15000	40	6000	60	9000	1800	13,69	0,6
Всього	650	-	50500	-	32400	-	18100	3620	7,72	0,358

$$ПВ = 14480; Kб = 14480 / 18100=0,8; Зн = 0,2; П =3620.$$

У таблиці 3 надані розрахунки при зниженні ціни виробу «X» на 10%, у якого Кмп = 0,2, тобто змінні витрати в ціні становлять 80%.

Таблиця 3

Результати розрахунку прибутку і рентабельності при зниженні ціни на виріб «X» на 10%

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	300	76,5	22950	68	20400	8,5	2550	175,4	0,69	0,11
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	275,2	2,83	0,4
Z	150	100	15000	40	6000	60	9000	619,2	4,34	0,6
Всього	650	-	47950	-	32400	-	15550	1069,8	2,33	0,324

Розрахунок за видами продукції відбувається виходячи з нового значення «Кб» і «Зн», які суттєво змінилися: Кб = 14480 / 15500= 0,9312; Зн = 0,0688; П = 1070.

Із порівняння даних таблиці 3 з вихідним варіантом виходить, що зменшився не лише маржинальний прибуток, прибуток і рентабельність по виробу «X», але при збереженні маржинального прибутку по виробам «Y» і «Z», прибуток і рентабельність по цим виробам суттєво знизилась і у підсумку по підприємству прибуток зменшився у 3,38 рази. Це свідчить про те, що зменшення ціни конкретного виробу неможна розглядати ізольовано від номенклатури і асортименту виробів в цілому по підприємству.

Внаслідок зменшення маржинального прибутку по виробу «X», «Кб» збільшився, а «Зн», відповідно, зменшився і відбувся перерозподіл постійних витрат між видами продукції. Щоб компенсувати вплив зниження ціни виробу «X», розрахуємо необхідний обсяг продажу (N) за формулою:

$$N_x = \frac{M_x}{(C_x \times 0,9 - 3B_x)} \quad (7),$$

де M_x , C_x , $3B_x$ – відповідно маржинальний прибуток, ціна, змінні витрати, по виробу «X» до зниження ціни на 10%.

$$N_x = 5100 / (85 \times 0,9 - 68) = 600 \text{ од.}$$

Результати компенсаційних розрахунків на основі зниження ціни виробу «X» на 10% відображено в таблиці 4.

Таблиця 4

Результати компенсаційних розрахунків

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	600	76,5	45900	68	40800	8,5	5100	1020	2,27	0,11
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	800	8,69	0,4
Z	150	100	15000	40	6000	60	9000	1800	13,69	0,6
Всього	950	-	70900	-	52800	-	18100	3620	5,38	0,254

$$K_6 = 14480 / 18100 = 0,8; 3_n = 0,2; П = 3620$$

Прокоментуємо отримані результати. Хоча маржинальний прибуток і прибуток в цілому по підприємству після змін ціни і обсягів продаж по виробу «X» залишився незмінним, рентабельність виробів і підприємства суттєво знизилася. Це відбулося за рахунок збільшення частки змінних витрат по виробу «X». Якщо у початковому варіанті вони склали 80% ціни виробу, то при зниженні ціни на 10%, це вже 89%, а в цілому по підприємству змінні витрати збільшилися і склали 20400. Крім того, збільшення обсягу виробництва виробу «X» на 100% може викликати нестачу виробничих потужностей і обігових коштів, а отже, потребу у кредитних ресурсах, а це приведе до збільшення постійних витрат (за рахунок банківських відсотків).

Для порівняння зменшимо ціну виробу «Z», у якого $K_{mp} = 0,6$, тобто у три рази вище ніж у виробу «X».

Таблиця 5

Результати розрахунку зниження ціни виробу «Z»

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	300	85	25500	68	20400	17	5100	651,3	2,62	0,2
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	510,84	5,38	0,4
Z	150	90	13500	40	6000	50	7500	957,8	7,63	0,55
Всього	650	-	70900	-	32400	-	16600	2120	4,52	0,39

$$K_6 = 14480 / 16600 = 0,87229; 3_n = 0,12771; П = 2120$$

Спробуємо проілюструвати результати зниження цін на вироби «X» і «Z». Прибуток і рентабельність по підприємству в цілому після зниження цін на 10% по виробу «Z» у 2 рази вище ніж при зниженні цін на 10% по виробу «X». Щоб компенсувати вплив зниження ціни по виробу «Z», розрахуємо необхідний обсяг виробництва продукції (N_z) для отримання маржинального прибутку по виробу «Z» на базовому рівні, тобто 9000.

$$N_z = 9000 / (100 \times 0,9 - 40) = 180 \text{ од.}$$

Щоб компенсувати вплив зниження цін на виріб «Z» на 10%, необхідно збільшити кількість цього виробу на 30 од., тобто на 20%.

Результати розрахунку компенсації впливу зниження ці на виріб «Z» на 10% відображені у таблиці 6.

Слід звернути увагу, що маржинальний прибуток і прибуток в цілому по підприємству залишився таким самим як і вихідному варіанті (див. табл. 2), тільки незначно знизилась рентабельність і коефіцієнт маржинального прибутку по виробу «Z» і в цілому по підприємству.

Таблиця 6

Результати компенсаційних розрахунків

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	300	85	25500	68	20400	17	5100	1020	4,16	0,2
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	800	8,69	0,4
Z	180	90	16200	40	7200	50	9000	1800	12,5	0,55
Всього	680	-	33600	-	33600	-	18100	3620	7,52	0,317

$$Кб = 14480 / 18100 = 0,8; Зн = 0,2; П = 3620$$

Тепер порівняємо результати компенсаційних розрахунків (табл. 4 і 6). Щоб отримати вихідні показники маржинального прибутку і прибутку по виробу «X» необхідно збільшити виробництво на 100%, а по виробу «Z» всього на 20%. При прийнятті рішень щодо зниження цін на виробу, необхідно враховувати величину «Кмп». По виробу, які мали $Кмп \leq 0,2$, недоцільно приймати рішення про зниження цін, оскільки для компенсації втрат прибутку необхідно збільшувати обсяги виробництва на 100%. А ось по виробу «Z» ситуація зовсім інша. Зниження ціни на 10% вимагає лише 20% збільшення компенсаційного обсягу виробництва цього продукту.

Спробуємо розглянути ситуацію з підвищенням цін на 10% по трьох виробу окремо.

Таблиця 7

Результати розрахунків при підвищенні цін виробів на 10%

Назва виробу	Ціна	Кількість виробів	Змінні витрати	Маржинальний прибуток		Ni = M/(Цi*1,1-ЗВі)	%	Кмп
				На од	На обсяг			
X	85*1,1=93,5	300	68	25,5	7650	5100/25,5=200	33,3	0,273
Y	50*1,1=55	200	30	25	5000	4000/25=160	20	0,45
Z	100*1,1=110	150	40	70	11250	9000/70=128,6	14,3	0,63

Технологія така ж сама, як і при зниженні цін на 10%, тільки різниця у розрахунку кількості виробів для компенсації втрат прибутку, якщо підвищення цін спричинить зменшення обсягів реалізації.

З усього викладеного можна дійти висновку, що виріб «X» як низькорентабельний слід було б зняти з виробництва. Але таке рішення буде невірним. Якщо зняти з виробництва виріб «X», то підприємство недоотримає маржинальний прибуток у сумі 5100 і маржинальний прибуток підприємства складе: $18100 - 5100 = 13000$. У підсумку прибуток по підприємству становитиме: $13000 - 14480 = -1480$. І в цій ситуації необхідно приймати рішення про найбільш прибуткову комбінацію продукції.

У цьому випадку слід збільшити ціну виробу «X» на 10% з обсягом 200 од., що збереже по цьому виробу маржинальний прибуток у розмірі 5100. Отримуємо економію на змінних витратах (обіговому капіталі) у розмірі: $25500 - 13600 = 11900$, яку частково можна використати для збільшення виробництва виробу «Z» при відповідному зниженні цін на цей виріб.

Виріб «Z» – інноваційний продукт, при формуванні цін на нього виробник може поділитися «цінністю» зі споживачем. Досить ймовірно, що попит на цю продукцію при зниженні цін на 10%, збільшиться на 30%.

Таблиця 8

Результати розрахунку збільшення цін на 10% по виробу «X» і зниження ціни на 10% по виробу «Z»

Назва виробу	Кількість виробів (N)	Ціна (Ц)	Виручка	Змінні витрати		Маржинальний прибуток		Прибуток П	Рентабельність %	Кмп
				ЗВі	ЗВ	ПМі	М			
X	200	93,5	18700	68	13600	25,5	5100	1180,0	6,73	0,273
Y	200	50	10000	30	6000	20	4000	928,0	10,23	0,4
Z	195	90	17550	40	7800	50	9750	2262,0	14,79	0,555
Всього	680	-	46250	-	27400	-	18850	4370	10,43	0,407

$$Кб = 14480 / 18850 = 0,768; Зн = 0,232; П = 4370$$

По виробу «X» кількість виробів зменшилася на 33,3%, що обумовило збереження маржинального прибутку, тобто 5100. По виробу «Z» при зниженні ціни на 10%, ймовірно попит зросте на 30% і складе 195 од. У підсумку прибуток і рентабельність по всім виробу і в цілому по підприємству збільшилися порівняно з вихідним варіантом.

Слід звернути особливу увагу, що у порівнянні з вихідним варіантом була отримана економія на змінних витратах, яку можна використати при наявності попиту на збільшення випуску існуючих виробів, або почати виробництво нового виробу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Вплив зменшення (чи збільшення) цін по конкретним виробам на показники прибутку і рентабельності неможливо розглядати ізольовано від номенклатури і асортименту продукції в цілому по підприємству.

Головну роль у прийнятті рішень щодо зниження чи підвищення цін на конкретні вироби відіграє коефіцієнт маржинального прибутку. При $K_{мп} \leq 0,2$ недоцільно приймати рішення про зниження ціни, а при $K_{мп} \geq 0,6$ недоцільно приймати рішення про її підвищення. На жаль, в економічній літературі цьому показникові не приділяється достатньо уваги, а на практиці він майже не використовується.

Асортиментне ціноутворення можна впроваджувати лише за допомогою маржинального підходу, в якому провідну роль відіграють коефіцієнт беззбитковості «Кб» і запас надійності «Зн».

При проведенні розрахунків, щодо компенсації прибутку при зниженні цін, слід виходити з додаткової кількості виробів, яка дозволить зберегти маржинальний прибуток по цьому виробу і, відповідно, отримати по підприємству показники «Кб» і «Зн», які були у вихідному варіанті.

Запропонований метод розрахунку має характер прямого впливу, не має аналогів у зарубіжній і вітчизняній літературі і практиці, не вимагає додаткових ресурсів і часу. Самі пропозиції дуже прості і мають внутрішню логіку.

І на завершення наведемо цитату з Нобелівської лекції Р. Саймона «Раціональне прийняття рішень у бізнесі». «У наш час відмітною характеристикою інструментарію, що використовується в науці управління, є те, що він надає практичну можливість приймати чи рекомендувати рішення, базуючись на емпіричних даних, що отримуються з реального світу, і проводити лише ті розрахунки, які можливо здійснити шляхом використання калькулятора, а пізніше електронного комп'ютера» [4].

Література

1. Colin Drury, Management and Cost Accounting, (Cengage India, 2012)
2. A. Upchurch, ed. Management Accounting: Principles and Practice (FT, Prentice Hall, 2002)
3. R.J. Dolan, Evernote (B): Announcing a Pricing Plan Change (Harvard, Harvard Business School Supplement 519-036, 2019)
4. H.A. Simon, Rational Decision Making in Business. THE AMERICAN ECONOMIC REVIEW. URL: https://www.academia.edu/7437639/Rational_Decision_Making_in_Business_Organizations

References

1. Colin Drury, Management and Cost Accounting, (Cengage India, 2012)
2. A. Upchurch, ed. Management Accounting: Principles and Practice (FT, Prentice Hall, 2002)
3. R.J. Dolan, Evernote (B): Announcing a Pricing Plan Change (Harvard, Harvard Business School Supplement 519-036, 2019)
4. H.A. Simon, Rational Decision Making in Business. THE AMERICAN ECONOMIC REVIEW. URL: https://www.academia.edu/7437639/Rational_Decision_Making_in_Business_Organizations

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-35>

УДК 658.8:339.13.07 (043.5)

Світлана СІРЕНКО

<https://orcid.org/0000-0003-3083-6151>

s.sirenko@vtei.edu.ua

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ КОПІЮВАЛЬНОЇ ТА МНОЖУВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

В статті визначено, що важливим завданням управління їх маркетинговою діяльністю є система стимулювання продажу, спрямована на активізацію поведінки покупців в місцях продажу товарів. Досліджено практичний досвід українських представників роздрібної торгівлі, визначено перелік заходів стимулювання продажу, що були ефективними в українському ритейлі. Обґрунтовано важливість дотримання чинного законодавства та етики бізнесу при формуванні програми стимулювання продажу. Проведено порівняльний аналіз реалізації маркетингового заходу «Чорна п'ятниця» за його атрибутами в США та Україні. Визначено, що в Україні має місце недобросовісна маркетингова практика локальних магазинів, українських брендів шляхом введення в оману найбільш раціональних споживачів. Розроблено рекомендації для вітчизняних торговельних підприємств щодо формування цілей стимулювання продажу товарів та збереження або підвищення лояльності споживачів до локальних вітчизняних брендів. Обґрунтовано актуальність подолання комунікаційного розриву в стосунках між виробниками (продавцями) з одного боку, і споживачами – з іншого, оскільки комунікаційний розрив досягає іноді такої точки, коли реакція покупців стає негативною не тільки по відношенню до конкретного локального вітчизняного бренду, а й до всіх подібних дій всіх торговельних підприємств.

Ключові слова: стимулювання продажу, комунікаційний розрив, торговельні підприємства, споживча реакція, попит споживачів, акції, знижки.

Svitlana SIRENKO

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

PROMOTION OF PRODUCTS SALES AS A WAY TO OVERCOME THE COMMUNICATION GAP IN THE RELATIONSHIP BETWEEN RETAILERS AND CONSUMERS

The article defines that a system of sales promotion, aimed at revitalization customer's behavior at the points of sale, is an important assignment of managing their marketing activities. The practical experience of Ukrainian retailers has been explored and the list of sales promotion measures that were effective in Ukrainian retailing is determined. The importance of compliance with existing legislation and business ethics in the formation of sales promotion program is justified. A comparative analysis of the implementation of the marketing event "Black Friday" by its attributes in the United States and Ukraine has been conducted. It is determined that in Ukraine unscrupulous marketing practice of local stores and Ukrainian brands is taking place by misleading the most rational consumers. Recommendations for domestic retailers on the formation of goals of promotion of products sales and maintaining or increase consumer loyalty to local domestic brands have been developed. The urgency of overcoming the communication gap in the relationship between producers (sellers) on the one hand, and consumers – on the other is justified, because the communication gap sometimes reaches such a pitch that the reaction of buyers is getting negative not only in relation to a particular local domestic brand, but also to all similar actions of all the retailers.

Key words: sales promotion, communication gap, retailers, consumer reaction, consumer demand, special offers, discounts.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сьогодні не представляється можливим точно спрогнозувати економічні збитки споживачів товарів та послуг, пов'язані з пандемією CoVID-19 та війною в Україні. Проте доцільно розглянути окремі результати досліджень процесу формування споживчих переваг на прикладі копіювальної та множувальної техніки, які дозволять сформуванню більш реального бачення економічних процесів та допоможуть підприємствам при відновленні своєї господарської діяльності в період війни.

В умовах пандемії CoVID-19 та війни в Україні, коли споживачі фактично постійно знаходяться в режимі фізичного дистанціювання, сучасне інформаційне суспільство вийшло на вищий рівень обміну інформацією будь якого характеру, в тому числі і споживачі копіювальної та множувальної техніки краще інформовані про властивості товарів, ніж це було в минулому. Як наслідок, поведінка споживачів стала змінюватися, і вітчизняним підприємствам важливо швидко реагувати на це, підлаштовувати споживчі властивості копіювальної та множувальної техніки до потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Велика кількість науковців та дослідницьких компаній вивчають поведінку споживачів при купівлі товарів, але часто вони отримують різні результати. Останні дослідження компанії «Кантар» свідчать про те, що в умовах пандемії CoVID-19 та війни в Україні основна частина споживачів в основному не відмовляється від улюблених брендів, а лише зменшує обсяги покупки, в той час як науковці вказують про

відмову споживачів від брендів, які вони купували раніше. Неузгодженість результатів досліджень пов'язана з тим, що дослідницькі компанії в якості респондентів визначають різні цільові аудиторії, або дослідження проводяться відносно здійснення покупки усієї сукупності товарів у цілому. Вважаємо, що для отримання репрезентативних результатів дослідження споживчих переваг копіювальної та множувальної техніки важливо врахувати модель споживчої поведінки на ринку та фактори, які впливають на поведінку споживачів копіювальної та множувальної техніки. Тому необхідною є розробка нової методології дослідження, яка б дозволила проаналізувати зміну поведінки окремих сегментів споживачів відносно купівлі копіювальної та множувальної техніки, а не усієї сукупності.

Формулювання цілі статті

Розробка нової методології дослідження зміни поведінки споживачів відносно купівлі копіювальної та множувальної техніки в кризовий період.

Виклад основного матеріалу

Необхідно відмітити, що ринок споживчих товарів, в тому числі копіювальної і множувальної техніки є одним із найважливіших, і таким, який розвивається дуже ефективно. Високотехнологічні галузі в Україні мають достатній потенціал для їх розвитку: це і якість, трудові ресурси, високий рівень освіти, наукова база [1]. Підприємствам, які реалізують високотехнологічні товари, в тому числі комп'ютерну техніку, множувальну та копіювальну необхідно знати характеристики та специфіку поведінки споживачів.

Основним мотивом здійснення покупки споживачем є підтримання чи покращення свого життєвого стилю, на формування якого в ході звичайної життєдіяльності особи впливає дві великі групи факторів: внутрішні (психологічні фактори, стереотипи, вірування, переконання, освіта); зовнішні (соціальні фактори, соціальний статус, сім'я та оточення, культура, пропаганда та реклама, а також маркетингова діяльність компаній). Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів та життєвий стиль формують у споживача потребу, яка поступово переходить на новий етап – здійснення покупки. Результатом покупки є отримання певного купівельного досвіду, який впливає на стиль життя покупця і одночасно є драйвером до здійснення нових покупок [3]. До зовнішніх факторів, які впливають на купівельну поведінку споживачів, відносяться стиль життя, до внутрішніх факторів – досвід [3].

Згідно за класифікацією копіювальна та множувальна техніка відноситься до товарів попереднього вибору і середньострокової експлуатації, що впливає на поведінку споживачів. Основними етапами здійснення покупки товарів попереднього вибору і середньострокової експлуатації є усвідомлення потреби, інформаційний пошук, оцінювання і вибір альтернативи щодо окремих моделей техніки, вибір місця покупки, післякупівельні процеси (установка, сервісне обслуговування, наладка).

Загалом фактори, які впливають на купівельну поведінку покупця, можна поділити на дві групи: контрольовані та неконтрольовані з боку підприємства. Досліджено, що психологічні, особистісні, соціокультурні фактори та фактори ситуаційного впливу не піддаються контролю з боку підприємства. Їх треба постійно досліджувати та враховувати в маркетинговій програмі підприємства [5]. Слід зазначити, що копіювальна та множувальна техніка відноситься до товарів складного асортименту, що динамічно розвивається та постійно змінюється.

Узагальнені результати дослідження факторів, які впливають на поведінку споживачів копіювальної та множувальної техніки наведено в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Фактори, які впливають на поведінку споживача копіювальної та множувальної техніки

Фактори не контрольовані підприємством		Фактори контрольовані підприємством	
Психологічні	- мотивація; - сприйняття, засвоєння; - переконання; - ставлення	Вплив комплексу маркетингу	- товарна маркетингова політика; - цінова політика; - збутова політика; - комунікаційна політика
Особистісні	- вік, стать, сімейний статус, етап життєвого циклу сім'ї; - професія, освіта, рівень доходів; - тип особистості, стиль життя		
Соціокультурні	- референтні групи; - сім'я; - соціальна роль і статус; - культура й субкультура; - суспільний клас		
Фактори ситуаційного впливу	- зміни в макросередовищі; - зміни обставин у покупця; - атмосфера в магазині, дії інших покупців		

Споживачі, які купують копіювальну та множувальну техніку намагаються заощадити, обрати максимально якісний товар або такої якості, за яку він готовий заплатити певну ціну. Поведінка конкретного

споживача може змінюватись під впливом вищезазначених факторів. Загалом, її можна приблизно вирахувати, чим займаються маркетингові відділи фірм.

Для дослідження споживчих переваг на ринку множувальної та копіювальної техніки (на прикладі ПП «Культтовари-Вінниця»), нами був використаний як найбільш ефективний соціологічний метод. Для цього нами була підготовлена анкета, яка містила питання, аналіз відповідей яких дозволили нам вивчити споживчі переваги на вказану групу товарів за окремими ознаками.

Алгоритм виявлення споживчих переваг множувальної та копіювальної техніки наведений на рис. 1

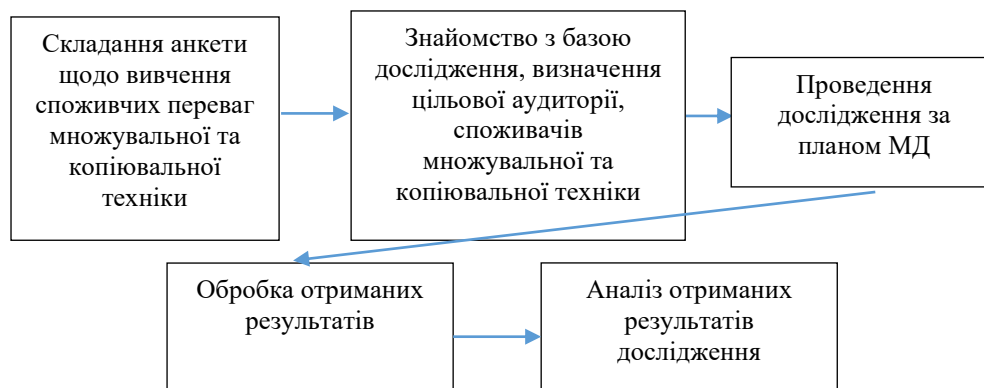


Рис. 1. Алгоритм вивчення споживчих переваг множувальної та копіювальної техніки

Ми здійснили анкетування 100-х респондентів віком від 18 до 60+. За віком для зручності дослідження вікові категорії споживачів були згруповані наступним чином (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл респондентів, що користуються множувальною і копіювальною технікою за віковими категоріями, %

№	Вікові категорії, роки	Відсоток вікової категорії, %
1.	18-25	34
2.	26-40	30
3.	41-50	15
4.	50-60	13
5.	61+	8

Аналіз даних наведений в табл. 2 показує, що найбільшу частку серед опитаних респондентів займає вікова категорія 18-25 р. та 26-40 рр. – відповідно 34 і 30 %. Частка людей, які мають вік 60+ становлять 8 %.

Наступним етапом досліджувались переваги споживачів множувальної та копіювальної техніки щодо умов користування. Встановлено, що дана техніка використовується споживачами для індивідуально власного користування – 57 % і для професійної діяльності – 43 %.

Також нами досліджувались переваги споживачів множувальної та копіювальної техніки за компаніями-виробниками (табл. 3, рис. 2).

Таблиця 3

Розподіл респондентів щодо компаній-виробників множувальної та копіювальної техніки

№	Фірма	Частка, %
1.	Xerox	29
2.	Canon	25
3.	Sharp	13
4.	Toshiba	13
5.	Panasonic	10
6.	Picoh	4
7.	Konica	6
	Всього	100

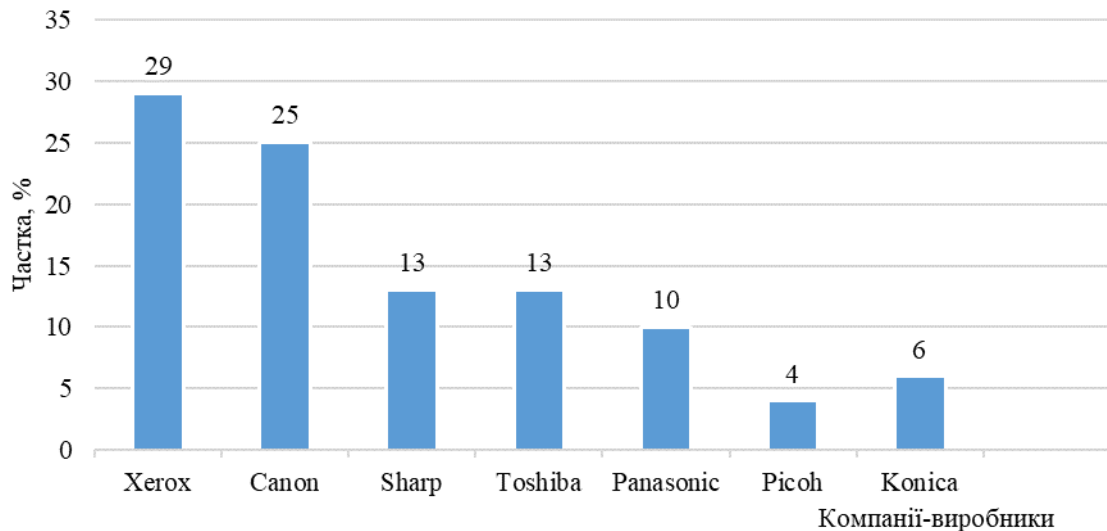


Рис. 2. Переваги споживачів щодо компаній-виробників множуальної та копіювальної техніки

Аналіз даних наведених в табл. 3 і на рис. 3 показує, що більшість споживачів віддають перевагу виробникам компаній Xerox – 29 % і Canon – 25, техніку компаній виробників Sharp і Toshiba вибирали по 13 % респондентів, Panasonic користується популярністю у 10 % користувачів. Найменшу частку займають споживачі, які купують вказану техніку Ricoh – 4 % і Konica – 6 %.

Нами вивчені критерії, які є пріоритетними для споживачів при купівлі множуальної і копіювальної техніки (табл. 4 рис. 3).

Таблиця 4

Споживчі переваги множуальної і копіювальної техніки за уподобанням споживачів		
№	Пріоритетні критерії при купівлі множуальної і копіювальної техніки	Частка, %
1.	Бренд	22
2.	Популярність моделі	22
3.	Функціональність	28
4.	Ергономічність	7
5.	Ціни	21
	Всього	100

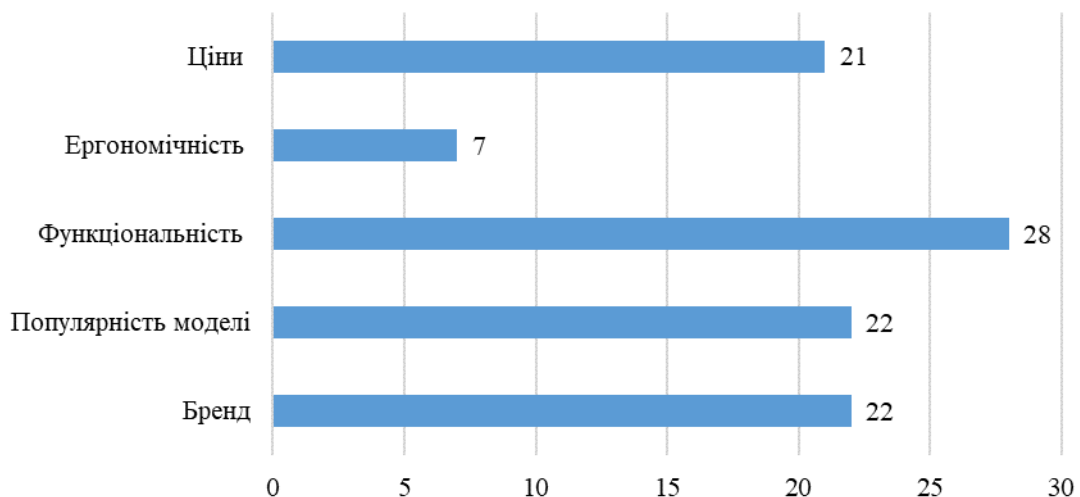


Рис. 3. Споживчі переваги множуальної і копіювальної техніки за уподобаннями споживачів

Аналіз даних, наведених в табл. 4 і на рис. 4, показує, що найбільшу перевагу споживачі віддають функціональним властивостям досліджуваної техніки – 28 %, велике значення серед уподобань споживачів має бренд і популярність моделі (відповідно по 22 %). Суттєве значення для споживачів має ціна – 21 % респондентів. На жаль, ергономічні показники серед визначених пріоритетних критеріїв становлять всього 7 %.

Так як серед пріоритетних критеріїв щодо споживчих переваг були функціональні властивості, нами були досліджено вплив основних параметрів сканерів на їх купівлю (табл. 5, рис. 4).

Таблиця 5

Споживчі переваги сканерів щодо їх параметрів

№	Параметри сканерів	Частка, %
1.	Тип перетворювача	4
2.	Оптична роздільна здатність	26
3.	Механічна роздільна здатність	22
4.	Інтерпольована роздільна здатність	6
5.	Глибина світла	13
6.	Джерело живлення	15
7.	Інтерфейс	8
8.	Габарити розширення	6
	Всього	100

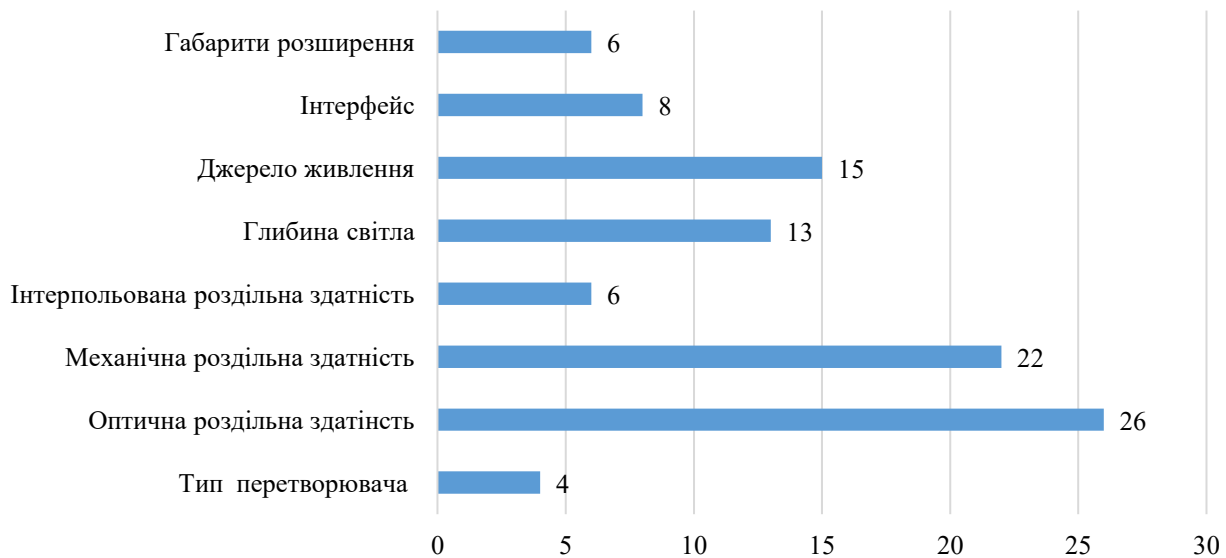


Рис. 4. Споживчі переваги сканерів щодо їх параметрів

Для основної кількості респондентів найбільш суттєве значення мають оптична та механічна роздільна здатність техніки – відповідно 26 і 22 %. Досить суттєвими є такі параметри як глибина світла та джерело живлення технічних виробів (13 і 15 %) відповідно. Показники габаритних розмірів та інтерпольована роздільна здатність є важливим відповідно для 6 і 8 % споживачів.

Додаткові функціонально-конструктивні особливості досліджуваної техніки мають значення для 78 % респондентів, і відповідно не є суттєвими для 28 % споживачів.

Нами досліджувались уподобання споживачів щодо специфічних властивостей копіювальної техніки (табл. 6, рис. 5).

Таблиця 6

Споживчі переваги копіювальної техніки щодо специфічних властивостей

№	Специфічні властивості копіювальної та множувальної техніки	Частка, %
1.	Принцип роботи	10
2.	Швидкість копіювання	25
3.	Рекомендований обсяг копіювання	27
4.	Призначення	38
	Всього	100

Встановлено, що споживачів при купівлі копіювальної техніки віддали перевагу призначенню – 38 %, рекомендованому обсягу копіювання – 27 %, швидкості копіювання – 25 % та принципу роботи – 10 %.

На запитання «Чи задоволені Ви асортиментом техніки в досліджуваному підприємстві?» майже третя частина респондентів задоволена асортиментом товарів, інші відповіді свідчать про часткову задоволеність або не задоволеність їх асортиментом.

Таким чином, здійснений аналіз споживчих переваг копіювальної та множувальної техніки дасть можливість оптимізувати асортимент в досліджуваному підприємстві та здійснити конкретні дії для задоволення попиту споживачів.

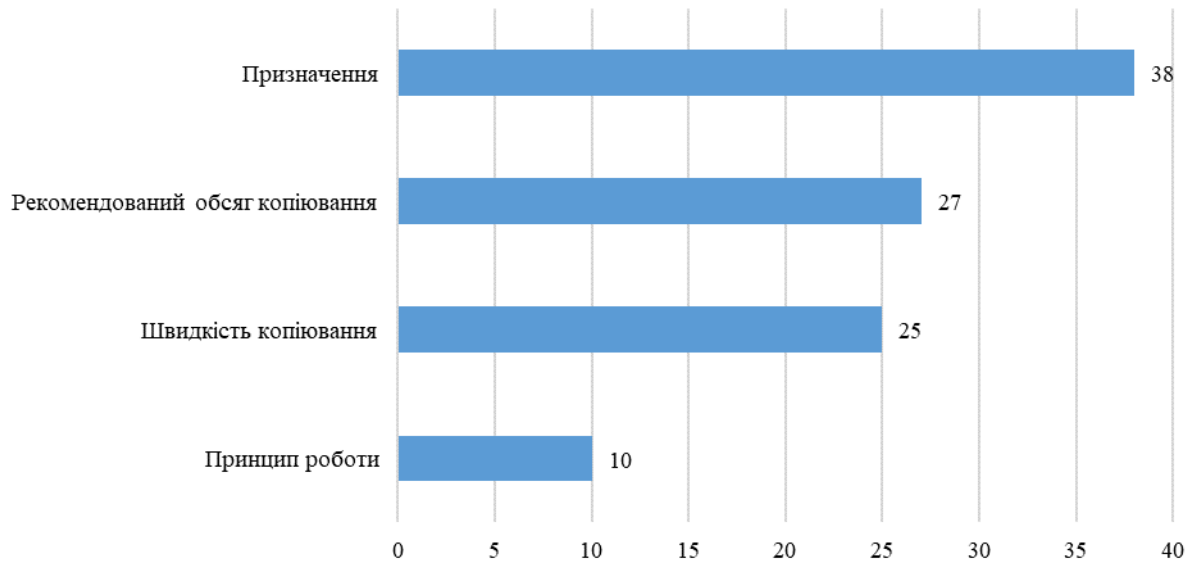


Рис. 5. Споживчі переваги копіювальної техніки щодо специфічних властивостей

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Динамічні темпи науково-технічного прогресу, зростаючі обсяги виробництва, поглиблення спеціалізації різко збільшують масштаби оброблюваної інформації, обсяги управлінських робіт. Для підвищення ефективності офісних робіт необхідно використовувати сучасні засоби оргтехніки, які в числі інших функціоналів служать для механізації процесів копіювання та розмноження, обробки, транспортування документів, передавання інформації та інших процесів, направлених на документаційно-інформаційне забезпечення управлінської та інженерної праці. Природньо, що з розширенням асортименту засобів оргтехніки удосконалювались їх технічні можливості, розвивались методи їх застосування. Дослідження показують, що комплексна система оцінювання споживчих переваг копіювальної та множувальної техніки створить можливість оптимізувати асортимент вітчизняними підприємствами, відповідно збільшувати обсяги продажу товарів.

Література

1. Портер М. Стратегія конкуренції. К.: Основи, 1997. 390 с.
2. Діденко Є.О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». Дніпропетровськ: ДДАЕУ, 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
3. Ілляшенко С.М. Аналіз задоволеності споживачів та її впливу на результативність діяльності промислового підприємства. Економіка: реалії часу. 2018. № 3. С. 5–14.
4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства. К.: Хрещатик, 1999.
5. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства. Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. 230 с.
6. Румянцев А.П. Окремі аспекти формування товарного асортименту компанії. Ефективна економіка. 2011. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
7. Смольянінов А. Методи аналізу асортиментного портфеля підприємства. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963.
8. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. 2014. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

References

1. Porter M. Stratehiia konkurentssii. K.: Osnovy, 1997. 390 s.
2. Didenko Ye.O. Model upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva. Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika». Dnipropetrovsk: DDAEU, 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
3. Illiashenko S.M. Analiz zadovolenosti spozhyvachiv ta yii vplyvu na rezultatyvnist diialnosti promyslovoho pidpriemstva. Ekonomika: realii chasu. 2018. № 3. S. 5–14.
4. Mazaraki A.A. Ekonomika torhovelnoho pidpriemstva. K.: Khreshchatyk, 1999.
5. Balabanova L.V. Marketynhova tovarna polityka v systemi menedzhmentu pidpriemstva. Donetsk: Don DUET, 2006. 230 s.
6. Rumiantsev A.P. Okremi aspekty formuvannia tovarnoho asortymentu kompanii. Efektyvna ekonomika. 2011. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
7. Smolianinov A. Metody analizu asortymentnoho portfelia pidpriemstva. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963.
8. Troian A.V. Osoblyvosti asortymentnoi polityky pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia. Efektyvna ekonomika. 2014. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-36>

УДК 338.262: 338.242

Михайло ТРОФІМЧУК

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука

<https://orcid.org/0000-0002-0225-4384>

e-mail: mr.trofimchuk@gmail.com

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕАЛІЗАЦІЇ «ПЛАНУ МАРШАЛЛА» ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЙОГО ЗАСАДАХ

В статті досліджено сутність, особливості та підходи, які застосовувались для практичного втілення Плану Маршалла. Проаналізовано основні мотиви та напрямки, на які було направлено зусилля при його реалізації. Розкрито практичний механізм імплементації розроблених пропозицій та особливості освоєння фінансової допомоги різними країнами. Проведено оцінку ефективності Плану Маршалла в розрізі динаміки валового внутрішнього продукту різних країн-реципієнтів. Виокремлено основні принципи Плану Маршалла, які необхідно враховувати Україні при потенційно можливій реалізації подібного плану з відновлення вітчизняної економіки та інфраструктури. Окреслено рамки можливого механізму фінансування такого плану. Запропоновано та обґрунтовано основні засади його реалізації.

Ключові слова: План Маршалла, відновлення економіки, європейська програма з відновлення

Mykhailo TROFIMCHUK

International Economics and Humanities University named after S. Demyanchuk

ANALYSIS OF THE FEATURES OF THE MARSHALL'S PLAN IMPLEMENTATION AND THE PROSPECTS OF UKRAINE ECONOMY RESTORATION ON ITS BASIS

The article examines the essence, features and approaches used for the practical implementation of the Marshall Plan. The Marshall Plan was a joint effort between the United States and Europe and among European nations working together. Prior to formulation of a program of assistance, the United States required that European nations agree on a financial proposal, including a plan of action committing Europe to take steps toward solving its economic problems. The main motives and directions on which efforts were directed at its realization are analyzed that includes expansion of European agricultural and industrial production, trade stimulation between European countries and between Europe and the rest of the world, restoration of currency stability, budget financing, and general improvement of the financial system of European countries. Investigated that the implementation of the plan took place with the participation of two organizations (agencies), they were the U.S.-managed Economic Cooperation Administration (ECA) and the European-run Organization for European Economic Cooperation. Effectiveness evaluation of the Marshall's Plan in terms of the dynamics of gross domestic product of different recipient countries is held. The main recipients were Great Britain, France, Italy, and Germany that had shown the greatest effectiveness over the years of the Marshall's Plan existence. So, German society has been able to ensure rapid GDP growth up to 84.5%. This became the basis for further effective development of the country's economy. The basic principles of the Marshall Plan, which Ukraine needs to take into account in the potential implementation of such a plan to restore the domestic economy and infrastructure, are highlighted. The framework of a possible financing mechanism for such a plan is outlined. The basic principles of its realization are offered and substantiated.

Key words: Marshall Plan, economic recovery, European recovery program

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

План Маршалла – це один з найуспішніших проєктів в історії, який був реалізований з метою відновлення Європи після руйнівних наслідків Другої світової війни. Дослідження історичної необхідності створення такого плану та його реалізації, як ніколи є актуальним для нашої держави в сучасних умовах. Україна, яка є форпостом цивілізованого світу, ціною життів власних громадян, руйнувань інфраструктури, промисловості та економіки в цілому, виборюючи право на своє існування та подальший розвиток, заслуговує на отримання подібної до Плану Маршалла програми допомоги у післявоєнний період. Для цього безумовно, окрім ініціативи багатьох країн у реалізації відбудови нашої держави, суспільство та керівництво України повинно докладати значних дипломатичних та практичних зусиль для якомога швидшої розробки та ефективної реалізації програми відновлення всього, що було створено нами за понад 30 років незалежності та зруйновано внаслідок російсько-української війни. Як показує ретроспективний аналіз, таке відновлення виявилось плацдармом для подальшого розвитку економік країн Європи у період після другої світової війни, тому очевидно буде і основою для вітчизняного економічного розвитку, якщо світове співтовариство на чолі з США та Європейським союзом реалізує подібну програму в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед науковців та дослідників, які займалися аналізом реалізації та оцінкою ефективності Плану Маршалла варто відмітити роботи Бредфорда д-Лонга, Д. Рейнольдса, Курта Тернофа. Серед вітчизняних дослідників щодо перспектив реалізації подібного плану для України варто відмітити роботи Кістерського Л.Л., Комар Н., Пошедіна О., Войтко С.В.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Не зважаючи на існуючі напрацювання в цій сфері, враховуючи сучасні умови, дослідження засад ефективності реалізації Плану Маршала та необхідність розробки механізмів щодо можливої реалізації подібної програми в Україні потребує особливої уваги.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз особливостей та оцінка ефективності реалізації Плану Маршалла для відбудови економіки Західної Європи. Розробка засад потенційного відновлення української економіки за умови імплементації подібного плану для України.

Виклад основного матеріалу

Після закінчення Другої світової війни Європа дуже постраждала: економічна система повністю була зруйнована та спостерігалась політична нестабільність. Так, під час Другої світової війни загинуло 65 млн. чоловік, були зруйновані десятки тисяч міст та сіл, заводи, залізниці та порти як основа тодішньої економіки, зросли державні борги. Особливо постраждала Німеччина, яка втратила 6,5 млн. осіб, всі великі міста були зруйновані, половина чоловіків працездатного віку загинула або перебувала в полоні. Безробіття в Німеччині досягало 40%, а державний борг зріс у 10 разів. До 1947 р. у країнах Західної Європи більшість промислового обладнання стало непридатним або майже повністю зношеним. Нестача вугілля, сталі та інших основних ресурсів призвели до зниження обсягів виробництва в Західній Європі: обсяг сільськогосподарського виробництва становив лише 83% довоєнного рівня, промислового виробництва – 88%, а експорт – лише 59%. У Великобританії обсяг промислового виробництва скоротився на 35%, у Франції – на 70%. Країни Західної Європи за рахунок їхнього власного виробництва могли забезпечити своє споживання зерна, бавовни, алюмінію, міді тільки на 4%, свинцю й цинку – на 30%, сала й масла – на 15% [1, 2].

Розуміючи всю політичну та економічну ситуацію, яка склалась на той час, керівництво США прийшло до висновку, щодо необхідності розробки та реалізації програми відбудови Європи, як свого майбутнього стратегічного у всіх сферах партнера.

Європейська програма з відновлення (European Recovery Program), більш відома як План Маршала – це програмна ініціатива Сполучених Штатів Америки, як одного з учасників Другої світової війни, спрямована на запобігання занепаду післявоєнної Європи, стагнації світової торгівлі та поширення комуністичних ідей. Реалізація цього плану почалася фактично після промови Державного секретаря США Джорджа Маршалла [3, с.2-3].

Тобто з економічної точки зору акцент робився на тому щоб стимулювати європейське виробництво, сприяти реалізації політики, яка веде до стабільної економіки і розвитку, та вживати заходів для збільшення торгівлі між європейськими країнами та між Європою і рештою світу (рис. 1).

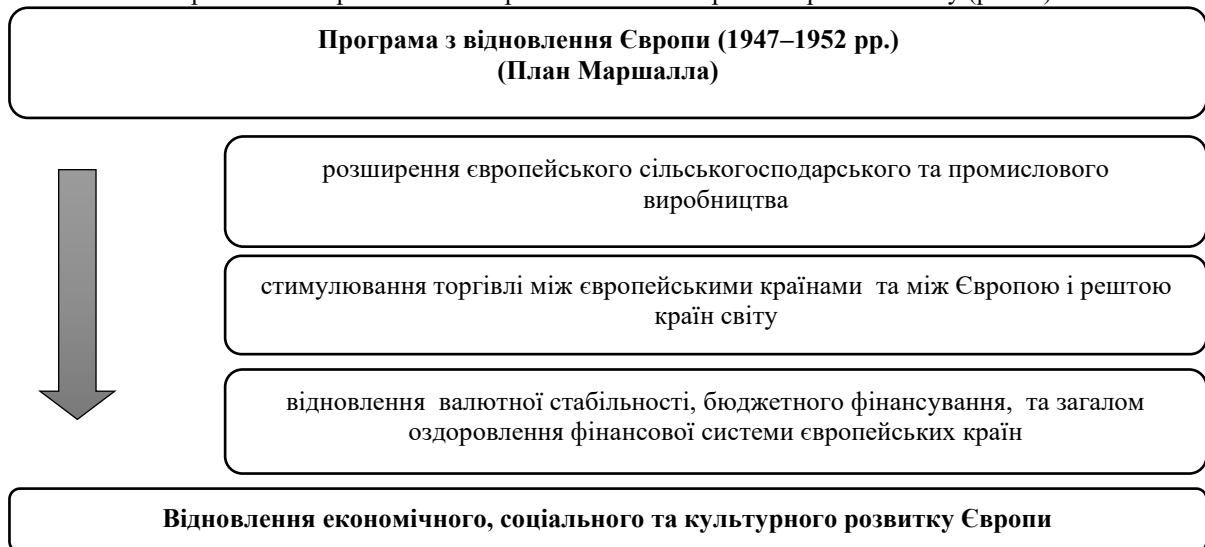


Рис. 1. Напрями реалізації Плану Маршалла

Особливістю в реалізації Плану було створення двох організацій. Одна з них у Сполучених Штатах Америки – Адміністрація економічного співробітництва (Economic Cooperation Administration – ECA), інша в Європі – Європейська організація європейського економічного співробітництва (European Organization for European Economic Cooperation) [4].

Завдання першої організації полягали в тому щоб фінансувати доларами США закупівлю продуктів харчування, енергоносіїв та різноманітного обладнання і устаткування. Крім цього значна увага приділялась

залученню коштів для фінансування конкретних проектів, особливо в частині відновлення соціальної та виробничої інфраструктури. Також ця агенція надавала технічну та консультативну підтримку з підвищення продуктивності у всіх сферах та виступала гарантом при залученні приватних інвестицій з США. Важливо зауважити, що ЕСА при реалізації різноманітних проектів підтримувала використання не лише долара США, а й національних валют, для стабілізації фінансових систем європейських країн. Європейська організація європейського економічного співробітництва, в свою чергу, здійснювала координаційні функції та допомагала забезпечити виконання учасниками своїх спільних зобов'язань, щодо політики заохочення торгівлі та збільшення виробництва в країнах – реципієнтах [3, с. 7–10].

Загальна сума допомоги, яка була отримана країнами-реципієнтами в період 1948–1952 рр. складала понад 13,3 мільярди доларів США (табл. 1). Станом на кінець 2021 року ця сума в еквіваленті на сьогоднішній долар США складає орієнтовно 150 мільярдів доларів.

Таблиця 1

Розподіл фінансової допомоги в рамках Плану Маршалла країнами реципієнтами

Країна	млн дол. США	млн дол. США в розрахунку станом на 2021 р.	Значення у %
Велика Британія	3189,8	35853,352	23,94
Франція	2713,6	30500,864	20,36
Італія	1508,8	16958,912	11,32
Західна Німеччина	1390,6	15630,344	10,44
Нідерланди	1083,5	12178,54	8,13
Греція	706,7	7943,308	5,30
Австрія	677,8	7618,472	5,09
Бельгія	559,3	6286,532	4,20
Інші	436,3	4904,012	3,27
Данія	273	3068,52	2,05
Норвегія	255,3	2869,572	1,92
Туреччина	225,1	2530,124	1,69
Ірландія	147,5	1657,9	1,11
Швеція	107,3	1206,052	0,81
Португалія	51,2	575,488	0,38
Всього	13325,8	149781,992	100,00

Примітка: Розраховано автором на основі кумулятивної інфляції 1948-2021 рр. за даними [4, 5]

Близько 40 % імпорту у Великобританію за Програмою європейського відновлення становили продовольство, паливо і добрива. Продовольство складало також значну частку допомоги для Німеччини, Австрії й Ірландії. Проте значна кількість країн Європи, більше 20 % допомоги отримували у вигляді автомобілів, обладнання, заліза та сталі. Загалом, необхідність продовольчої допомоги після 1949 року зменшилась. Різні країни по-різному використали також виручку, отриману урядами за рахунок продажу товарів, що надійшли в рамках Програми європейського відновлення. Уряд США хотів, щоб ці кошти виділялися на конкретні цілі. Тому, Великобританія й Норвегія направляли ці фонди майже цілком на погашення заборгованостей, однак в Італії, Західній Німеччині й особливо у Франції кошти переважно використовувалися як капіталовкладення [6, с. 177]

Для оцінки результатів реалізації Плану Маршала доцільно проаналізувати темпи приросту ВВП окремих країн, які отримали значні асигнування у фінансовому та натуральному вигляді від США. Зокрема важливо звернути увагу на темпи та динаміку розвитку економік у довоєнний та післявоєнний час (рис. 2).

В післявоєнні роки ключові економіки країн Європи змогли відновити свій потенціал за рахунок реалізації Плану Маршала. Так Франція та Італія змогли зупинити стрімке падіння ВВП та забезпечити стабільність функціонування та розвиток економік у 1947–1952 рр. Темпи приросту економік цих країн стали вищими ніж це було у довоєнний період. Загалом за період функціонування Плану Маршалла ВВП середній темп приросту ВВП в Італії перевищував значення довоєнного періоду на 5,35 %. В свою чергу французька економіка у період 1947–1952 роки зросла на 45,55%, а показник ВВП у 2 році реалізації програми допомоги (у 1949 році) перевищив найбільше своє значення у довоєнний період на 2,15 %. У Великобританії економіка зросла на 7,62%, тобто країна змогла подолати рецесії 1943–1946 років. Найбільш позитивний ефект від впровадження Європейської програми з відновлення спостерігався у Німеччині (Західній Німеччині). Так, за роки існування Плану Маршалла, німецьке суспільство змогло забезпечити стрімкий приріст ВВП на 84,5%. Це стало підґрунтям для подальшого ефективного розвитку економіки цієї країни.

Ефективність Плану Маршалла значною мірою була обумовлена принципами на яких він здійснювався [8, с.180-181]:

- ✓ своєчасності надання допомоги;
- ✓ «толерантності» з боку США, тобто уникнення диктування умов щодо надання допомоги та незастосування прямого втручання у внутрішні справи країн-реципієнтів
- ✓ достатнім обсягам ресурсів на довгострокову перспективу;

- ✓ врахуванню всього спектра проблем у країнах Західної Європи та намагання активізувати внутрішні ресурси країн-реципієнтів з метою їхнього економічного розвитку, встановлення демократії й ринкової економіки;
- ✓ загальній вигоді для обох її учасників;
- ✓ скоординованій допомозі, в межах якої важливу роль відігравали ініціативи країн реципієнтів у власному відтворенні, розробляючи свої національні стратегії (чіткі, прозорі, цілеспрямовані, легітимні), чого й вимагав План;
- ✓ сприйнятливості й атмосфері загального довіри;
- ✓ розподілу відповідальності та контролю завдяки відповідним інституціям.

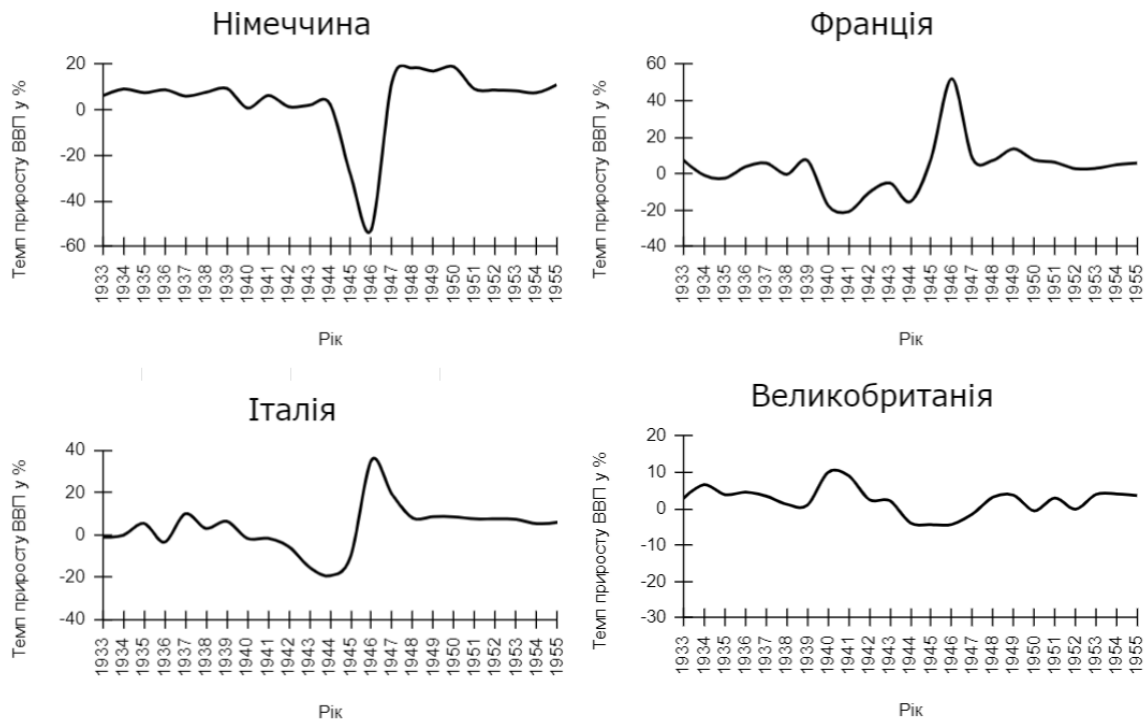


Рис. 2. Динаміка темпів приросту ВВП, окремих країн-учасниць Плану Маршала у 1933–1955 рр.

Примітка: складено автором на основі [7]

Маючи приклад успішного відновлення післявоєнної економіки Європи за рахунок спільних зусиль і фінансової підтримки інших країн, Українська дипломатія та всі інші організації, фінансово-економічні установи та служби, які співпрацюють з світовим співтовариством повинні робити все можливе, аби подібний прецедент у вигляді Плану Маршала був впроваджений і для нашої країни.

Враховуючи вище наведене, зокрема принципи, на яких базувався План Маршала, можна окреслити основні засади спільних дій, щодо реалізації майбутньої програми відновлення, яку, як сподівається все українське суспільство, будуть імплементувати наші стратегічні партнери, в першу чергу Сполучені Штати Америки та країни Європи і Україна.

Своєчасність. Україна вже має розробляти план дій, узгоджувати і опрацювати його з міжнародними партнерами.

Забезпечення ресурсами. Необхідно створити механізм фінансового забезпечення який повинен включати різні можливі джерела його формування, як закордонні так внутрішньо-українські (рис. 3).

Толерантність. Ініціатива в пріоритетності сфер фінансування, повинна належати керівництву Україні. Тобто ми самі повинні формувати свій вектор розвитку без зовнішнього диктату, але із зовнішнім контролем за використанням коштів.

Ціленаправленість з орієнтацією на майбутнє. Очевидно, що ресурси, які можуть бути залучені, доцільно інвестувати у створення виробничих можливостей з врахуванням специфіки України (розташування, природно-кліматичні умови, сировинний потенціал, науково-технічний потенціал і т.д.) з метою заміни фізично та морально застарілих основних засобів українських підприємств. Враховуючи, що окремі виробництва та галузі, особливо на сході України фактично знищені, необхідно зрозуміти, що окремі доцільно відновити, але в основному необхідно згенерувати нову структуру виробництва, яка буде створювати конкурентоздатну продукцію світового рівня. Виробництво – основа економічного розвитку. Важливим є відновлення та налагодження зв'язків між провідними галузями промисловості, а також усередині галузей – для відновлення промислової кооперації та інтеграції. Зокрема, Україна має всі можливості (природні, людські) бути провідним виробником продукції АПК.



Рис. 3. Механізм фінансового забезпечення плану з відновлення економіки України

Взаємовигода. Реальне стимулювання приватного інвестування (гарантії, вигоди, преференції), з метою створення робочих місць та розвитку внутрішнього споживання, адже нарощування роздрібного товарообігу дасть додатковий поштовх для економіки. Необхідно створити умови максимального сприяння внутрішніх інвестицій. Динаміка внутрішніх інвестицій буде індикатором для прийняття рішень щодо реалізації інвестиційних проектів іноземними інвесторами.

Контроль. Це важлива складова, в зв'язку з рівнем корупції яка існувала й існує в Україні. Безумовно країні необхідно максимально концентрувати зусилля для мінімізації цього негативного явища, однак як показує практика, цей процес є складним та довгим. Тому ймовірно процес фінансування програми з відновлення нашої країни буде відбуватись з розподілом фінансових потоків. Частина буде йти через бюджет, частина буде реалізовуватись самими країнами-донорами (кошти отримуватимуть зарубіжні компанії які будуть задіяні у відбудові України).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, реалізація масштабного, за розмірами фінансування та підтримки, плану відбудови економік країн західної Європи у період після Другої світової війни, стала вирішальним рушієм розвитку та фундаментом економічного процвітання на довгі роки для цих країн. Враховуючи існуючий досвід та підтримку, яка декларується лідерами провідних країн світу, Україна може розраховувати на реалізацію подібних заходів. Тому розробка законодавчих та економічних механізмів її реалізації повинна бути предметом подальших досліджень.

Література

1. Кістерський Л. Л. План Маршалла для України [Електронний ресурс] / Л. Л. Кістерський, А. Б. Бурляй, Т. В. Липова. – Режим доступу : http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=epol0&issue=2000_3-49.
2. Эрлихман В. ЕС придумали в Штатах [Электронный ресурс] / В. Эрлихман // Энергия промышленного роста : ежемесячный журнал об индустрии. – 2006. – № 9. – Режим доступу : [var/www/epr-magazine.ru/htdocs/427714ed31c27f37c611e8fb1419a203/sape.php](http://www/epr-magazine.ru/htdocs/427714ed31c27f37c611e8fb1419a203/sape.php) on line 221.
3. J. Bradford De Long, Eichengreen B. Marshall Plan: History's Most Successful Structural Adjustment Program. NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH. Massachusetts Avenue Cambridge, 1991. 64 p.
4. Tarnoff C. The Marshall Plan: Design, Accomplishments, and Significance, 2018, 32 p. URL: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1156806/>
5. U.S. department of labor /Inflation and Consumer Spending. URL: <https://www.dol.gov/general/topic/statistics/inflation>

6. Reynolds D. The European response: Primacy of politics. *Foreign Affairs*. 1997. Vol. 76. № 3. P. 171–184.
7. Our World in Data. GDP, 1934 to 1960. URL: <https://ourworldindata.org/search?q=gdp>
8. Комар Н. Напрямки надання міжнародної фінансової та технічної допомоги в рамках Плану Маршалла / Наталія Комар // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль : ТНЕУ, 2012. – Вип. 1. – С. 172–181.
9. Пошедін О. План Маршалла як передумова Євроатлантичної інтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3829/Poshedin_Plan.pdf?sequence=1&isAllowed=y

References

1. Kisterskyi L. L. Plan Marshalla dlia Ukrainy [Elektronnyi resurs] / L. L. Kisterskyi, A. B. Burliai, T. V. Lypova. – Rezhym dostupu : http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=epo10&issue=2000_3-49.
2. Jerlihman V. ES pridumali v Shtatah [Jelektronnij resurs] / V. Jerlihman // Jenergija promyshlennogo rosta : ezhemesjachnyj zhurnal ob industrii. – 2006. – № 9. – Rezhim dostupu : <http://www/epr-magazine.ru/htdocs/427714ed31c27f37c611e8fb1419a203/sape.php> on line 221.
3. J. Bradford De Long, Eichengreen B. Marshall Plan: Historys Most Successful Structural Adjustment Program. NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH. Massachusetts Avenue Cambridge, 1991. 64 r.
4. Tarnoff C. The Marshall Plan: Design, Accomplishments, and Significance, 2018, 32 p. URL: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1156806/>
5. U.S. department of labor /Inflation and Consumer Spending. URL: <https://www.dol.gov/general/topic/statistics/inflation>
6. Reynolds D. The European response: Primacy of politics. *Foreign Affairs*. 1997. Vol. 76. № 3. P. 171–184.
7. Our World in Data. GDP, 1934 to 1960. URL: <https://ourworldindata.org/search?q=gdp>
8. Komar N. Napriamky nadannia mizhnarodnoi finansovoi ta tekhnichnoi dopomohy v ramkakh Planu Marshalla / Nataliia Komar // Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu. – Ternopil : TNEU, 2012. – Vyp. 1. – S. 172–181.
9. Poshedin O. Plan Marshalla yak peredumova Yevroatlantychnoi intehratsii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3829/Poshedin_Plan.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-37>

УДК 338.48.

Лариса ТЕОДОРОВИЧ

<https://orcid.org/0000-0002-1887-7711>

lora.teod@gmail.com

Марія КИЯНИЦЯ

mariia.kyianytsia.tu.2019@lpnu.ua

Національний університет «Львівська політехніка»

ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ НА РІВНІ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ ТА СПОЖИВАЧІВ

Стаття присвячена вирішенню проблем зменшення харчових відходів та збереження продуктів харчування. Зокрема, наведені показники втрат продуктів харчування та харчових відходів у світі, підкреслено, що заходи, спрямовані на зменшення втрат продуктів харчування, є важливими не тільки для подолання голоду та нестачі продуктів харчування у світі, а також для зменшення кількості парникових газів. Описані деякі міжнародні програми, державні правила та громадські ініціативи; розглянуті певні програмні продукти та практичні рекомендації для закладів гостинності. Скорочення обсягів харчових відходів на душу населення на рівні роздрібною торгівлі, закладів гостинності та самих споживачів має важливе значення для створення продовольчої безпеки та переходу до ресурсоефективної економіки.

Ключові слова: харчові продукти; харчові відходи; втрати продуктів харчування; харчовий ланцюг; банк їжі; відповідальне споживання.

Larysa TEODOROVYCH, Mariia KYIANYTSIA

Lviv Polytechnic National University

WAYS TO REDUCE FOOD WASTE AT THE LEVEL OF HOSPITALITY AND CONSUMER INSTITUTIONS

Against the background of the COVID-19 pandemic and military action in Ukraine, there is an acute shortage of food in the world and this figure continues to grow. The poor social strata of the middle- and even highly developed groups of the country found themselves in a difficult situation. At the same time, 17 percent (1.3 billion tons) of total world food production is wasted, many products are thrown away, forming food waste that negatively affects the state of the environment and can irreversibly change its quality. A significant amount of food is lost in retail and consumption. This amount of food is enough to feed 2 billion people. Such waste is estimated to cost the world economy more than \$ 1 trillion a year. Reducing per capita food waste at the level of retail, hospitality and consumers themselves is important for food security and the transition to a resource-efficient economy. The classic linear model of product production can be replaced by a closed-loop economy that focuses on products and services that minimize waste and other types of pollution. A significant project of the closed-loop economy is Farm to Fork. The initiative acts as a link between all sectors of the food industry. A number of state and public initiatives are in place to prevent the negative consequences of irresponsible eating habits and to avoid the threat of hunger. Many countries around the world have established rules for restaurants and free food shops to food banks or charities.

In order to reduce food losses in the world, there are three largest food banking networks: Global Food Banking Network (GFN), Feeding America - in the US and the European Federation of Food Banks; public initiatives are spreading; various volunteer programs provide tools that restaurants can use to achieve this goal, tracking their own costs; software will help to control food stocks and store products in hospitality establishments. Responsible consumption of food by the population, which is based on proper and balanced nutrition, will significantly reduce the amount of food wasted, so educational work with consumers is extremely important. Ukraine needs to develop clear programs aimed at reducing food waste and responsible consumption. Therefore, an effective food waste reduction strategy must take into account supply, demand, operations and outlets. It should be based on the participation in this process of the state (at the legislative level), entrepreneurs (at the level of production and services), as well as consumers (understanding and support of public initiatives, personal behavior with food).

Key words: food products; food waste; food losses; food chain; food bank; responsible consumption.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На фоні пандемії COVID-19 та воєнних дій в Україні у світі відчувається гостра нестача продуктів харчування. Виходячи з чисельності населення, враховуючи додаткову статистичну невизначеність, у 2020 році кількість голодуючих у світі людей зросла до 811 мільйонів осіб, а кожна третя людина не мала доступу до достатньої кількості харчів. За даними ООН, у 2020 році недоїдали 9,9 відсотки всіх жителів планети. Через недоїдання, щороку передчасно помирає близько 50 млн осіб. 2,3 млрд людей у світі не мають можливості купити достатньо їжі. Понад 34 млн людей у світі перебувають за крок від голодної смерті, що за класифікацією FAO означає «четвертий ступінь гострої нестачі продовольства» [1]. На фоні вище зазначених подій ця цифра продовжує зростати. У складній ситуації опинились бідні соціальні прошарки населення середньо- й навіть високорозвинутих груп країн.

Разом з тим, 17 відсотків (1.3 мільярдів тон) загального світового виробництва харчових продуктів витрачається даремно, багато продуктів викидається на сміття, формуючи харчові відходи. Значна кількість харчів пропадає в роздрібній торгівлі та на рівні споживання. Цієї кількості їжі достатньо щоб прогодувати 2 мільярди людей. Таке марнотратство оцінюється для світової економіки в понад \$1 трлн збитків щороку [2].

Крім цього, харчові відходи негативним чином впливають на стан навколишнього середовища та можуть безповоротно змінити його якісний стан. Скорочення обсягів харчових відходів на душу населення на рівні роздрібно́ї торгівлі, закладів гостинності та самих споживачів має важливе значення для створення продовольчої безпеки та переходу до ресурсоефективної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Накопичення та утилізація відходів були темою досліджень таких вчених як: Мальований М.С., Міщенко В.С., Корнієнко І.В., Картавий А.Г., Волошин П.К., Попович В.В., Погребенник В.Д., Пашук А. В., Геник Я.В. та інших. Проблеми збереження ресурсів у закладах готельно-ресторанного господарства висвітлювали у своїх публікаціях Валінкевич Н.В., Лебеденко Т.Е., Крусір Г.В., Шунько Г.С. Міщенко В.С., Міценко Н.Г., Цибка М.М. та ін. Необхідність відповідального споживання та розумного зменшення харчових відходів останнім часом активно обговорюється в суспільному просторі. Цілий ряд впливових міжурядових та громадських організацій приділяють цьому питанню багато уваги. Втім, у наукових публікаціях ця тема висвітлена недостатньо і потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Мета досліджень: дослідити основні шляхи та засоби зменшення харчових відходів на рівні закладів гостинності та споживачів.

Виклад основного матеріалу

В опублікованому звіті Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) про індекс харчових відходів за 2021 рік зазначається, що у 2019 році Глобальні харчові відходи становили 931 мільйон тонн (близько 121 кг на душу населення), близько 690 мільйонів людей голодували. 61% цих втрат припадає на домогосподарства, 26% на харчування та 13% на роздрібну торгівлю [3]. Виявлено, що утворення харчових відходів є однаково актуальним у всіх країнах незалежно від їхнього рівня соціально-економічного розвитку (рис. 1).

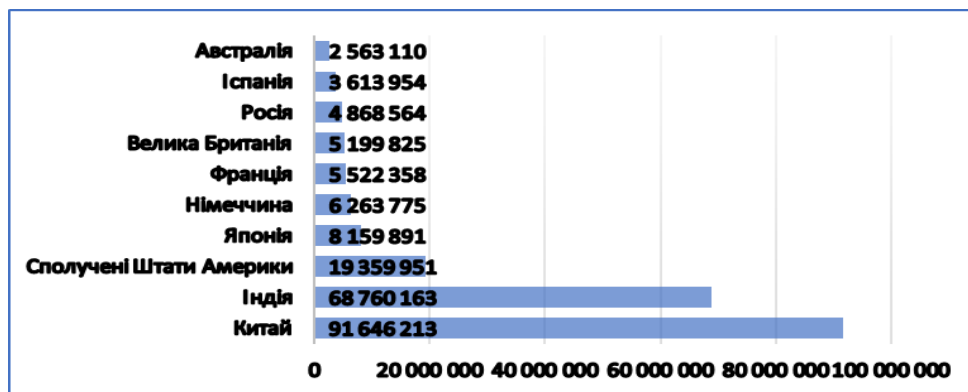


Рис. 1. Шкала органічних відходів (тон за 2021 р.) [3]

У перерахунку кількості харчових відходів на душу населення перші позиції займають деякі розвинуті країни світу (рис. 2).

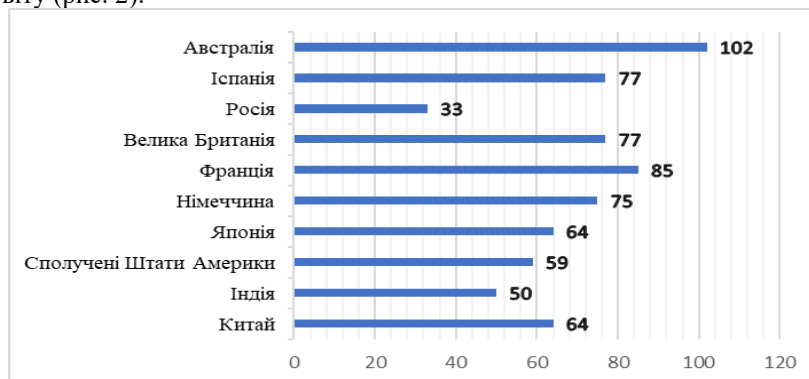


Рис. 2. Розрахунок харчових відходів на душу населення (кг/рік) [3]

17% всієї їжі, доступної для споживачів втрачались так: 11% – у домогосподарствах, 5% – у сфері громадського харчування та 2% – у роздрібній торгівлі.

Харчові відходи – це будь-які харчові продукти, які не були спожитими людьми, а втрачені через марнування, нехтування і поведінкові звички. Близько 30 відсотків світового виробництва харчових продуктів, включаючи фрукти, овочі, олійні культури, м'ясо, молочні продукти та рибу, втрачається або

витрачається марно. Близько половини з цих харчів були придатними до споживання. Приблизно 30–50% усіх відходів – це органічні відходи: обрізки овочів, фруктів та зелені, недоїдки, зіпсовані продукти, кістки, інколи зів'ялі квіти, листя. Це класичний набір сміттевого кошика в його органічному вияві [3].

Класичну лінійну модель виробництва продуктів може змінити економіка замкнутого циклу, яка концентрується на продуктах і послугах, які мінімізують відходи та інші види забруднень. Економіка замкнутого циклу або циркулярна економіка – альтернатива традиційній лінійній, економіці. Це модель економічного розвитку, в основі якої лежить відновлення та раціональне споживання ресурсів. Попередні оцінки показують, що запуск програм економіки замкнутого циклу на першому етапі тільки в рамках Євросоюзу може економити матеріалів на суму у \$300–380 млрд на рік. Ще у 2016 році для взаємодії між найважливішими сегментами харчового ланцюга у Європейському союзі була створена Платформа, яка об'єднує державні організації та приватні компанії а також експертів, відібраних за допомогою відкритого конкурсу. Вона націлена на вироблення заходів боротьби з втратами і марнотратним споживанням, і включає обмін передовим досвідом та оцінку стійких досягнень. У 2019 році була закладена програма боротьби з марнотратним споживанням продуктів харчування і втратами в харчовій промисловості. Була поставлена мета: до 2030 року в країнах Європейського Союзу на рівні роздрібної торгівлі та споживання вдвічі скоротити харчові відходи на душу населення та зменшити втрати продовольства в процесі виробництва та постачання. Оскільки накопичення харчових відходів спричиняє формування 8-10% парникових газів, що сприяють глобальному потеплінню клімату, тим самим зменшуючи біорізноманіття планети [4]. Отже, основними завданнями в процесі сталого розвитку є розумне споживання шляхом зменшення кількості харчових відходів.

В ЄС працювала програма Horizon 2020 року, яка підтримувала інноваційні проекти в таких сферах, як управління відходами виробництва та харчовими відходами.

Значним проектом економіки замкнутого циклу є «Farm to Fork» («Від ферми до виделки») [5], метою якого є підтримка стійкого сільського господарства, виробництво безпечних харчових продуктів високої якості, сприяння розвитку сільських районів, а також можливість відстеження здоров'я та благополуччя тварин. Ініціатива виступає сполучною ланкою між усіма секторами харчової промисловості: академічними/дослідницькими організаціями та різними рівнями харчового ланцюга (фермер, виробник, ресторатор, кінцевий споживач тощо), а також фармацевтичною та косметичною галузями промисловості. Вагомою є інформація про те, які продукти вирощуються і виробляються, як саме вони постачаються і попадають з ферми на виделку.

З метою запобігання негативним наслідкам безвідповідального ставлення до їжі та уникнення загрози голоду діє ціла низка державних та громадських ініціатив. У багатьох країнах Європейського Союзу законодавство зобов'язує супермаркети віддавати продукти харчування на межі терміну придатності до продовольчих банків або благодійних організацій. Уже існує практика певних держав на законодавчому рівні зобов'язувати є власників магазинів усі придатні до їжі продукти харчування (на межі терміну придатності) передавати до продовольчих банків або благодійних організацій. Такі ініціативи діють у Франції: магазини зобов'язані безкоштовно віддавати непродані продукти харчування, які ще можна вживати, благодійним організаціям або використовувати їх для годування тварин. Порушникам закону загрожує штраф у 75 000 євро. Крім того, з 2015 року в країні передбачене обов'язкове запровадження освітніх програм щодо боротьби з харчовими відходами в навчальних закладах країни. У 2021 році Італія також запровадила закони, спрямовані на скорочення харчових відходів. Там скасовані положення, згідно яких передбачалось покарання за безкоштовне роздавання їжі з терміном придатності, який закінчується. Навіть передбачені пільги для фермерів і супермаркетів, які передають їжу на благодійні цілі. Крім того, італійський уряд, виділив 1 мільйон євро та ввів ініціативу, що сім'ям, які замовляють доставку їжі, будуть запропоновані «кошики з їжею для тварин» (залишками недоїденої їжі). В Китаї у 2021 році було ухвалено закон «Про боротьбу з харчовими відходами та марнотратством їжі», згідно з яким, у закладах харчування відвідувачів штрафуватимуть за недоїдки. За спонукання відвідувачів до надмірного замовлення на рестораторів теж чекає покарання у вигляді штрафу у 10 000 юанів. Відповідатимуть за свої дії і блогери, які своїми відеороликами заохочуватимуть людей до надмірного споживання, їх очікує штраф у 15400 юанів [6].

У світі діють три найбільші мережі продовольчих банків: Global Food Banking Network (GFN), Feeding America – у США і Європейська федерація продовольчих банків, що об'єднує 24 країнах Європи. Продовольчі банки щороку розподіляють тисячі тон їжі між мільйонами людей, які її потребують, одночасно вирішуючи дві проблеми: екологічну й соціальну. Вони є неприбутковими організаціями, і їхня модель роботи може відрізнитися від країни до країни [7, 8].

Некомерційна організація ReFED у співпраці з Клінікою харчового права та політики Гарвардської юридичної школи (FLPC) нещодавно оновила та перезапустила інструмент пошуку харчових відходів. Цей онлайн-інструмент надає повну базу даних законодавчої та регуляторної політики на федеральному, штатному та місцевому рівнях, що стосуються запобігання харчових відходів, їх відновлення та переробки [9].

У світі поширюються і громадські ініціативи фудшерінг та фудсейвінг. Фудшерінг (від англійського food – їжа і share – ділитися) – це практика розподілу продуктів харчування. Його використовують люди різного достатку, неважливо, кому дістанеться їжа, головне, що вона буде врятована.

Фудсейвінг – це соціально-екологічний рух, що рятує придатну до вживання їжу. Наприклад, ресторани, які в кінці дня віддають готові, але незатребувані страви зі значною знижкою або добровільні групи людей, які збирають і розводять продукти. Ним займаються цілеспрямовано волонтери та небайдужі люди, в той час як до фудшерінгу можна примкнути в будь-який момент без будь-яких зобов'язань.

Різні волонтерські програми надають інструменти, які ресторани можуть використовувати для досягнення цієї мети, відслідковуючи власні витрати. Ще одна популярна ініціатива, що має підкорити весь цивілізований світ, це застосунок Too Good To Go («Надто хороший, щоб викидати»). Проект був започаткований у 2016 році задля скорочення кількості харчових відходів шляхом придбання за зниженими цінами продуктів та страв, у яких спливає термін придатності. Too Good To Go показує залишки продуктів у ресторанах, супермаркетах та пекарнях, які продаються зі знижкою) та перероблені харчові продукти. Адже умовні харчові відходи в Too Good To Go – це смачна їжа, яку магазини, ресторани, кафе та пекарні мають утилізувати до кінця доби. У 2021 році до ініціативи долучилася Google за допомогою свого застосунку Waze. У межах нової кампанії Waze&Too Good To Go та завдяки новому партнерству компанія сподівається захопити свою 140-мільйонну базу користувачів до свідомого використання харчів, що також допоможе зменшити харчові відходи [10].

Набирає обертів тенденція, виготовлення виробів з перероблених продуктів, які могли б стати харчовими відходами. Приклад таких продуктів – картопляні сніки Spudsy або печиво Fancypants Upcycled Cookies з моменту створення цей застосунок вже завантажили понад 22 млн людей. Ініціативу підтримали магазини та заклади громадського харчування в Данії, Швеції, Нідерландах, Бельгії, Великій Британії, Норвегії, Німеччині, Франції, Іспанії, Австрії, Італії, Польщі, Португалії та в інших країнах.

Мобільні додатки, зокрема Fresh Food Connect і OLIO популярні у США, також допомагають полегшити обмін продуктами харчування. Надаючи людям платформу, ці програми допомагають людям виходити за межі своїх безпосередніх мереж і ділитися їжею з іншими членами своїх місцевих громад.

Зменшити кількість відходів ресторанам допомагає організація Zero Foodprint (ZFP). Вона оцінює життєвий цикл для партнерів-ресторанів, надаючи вказівки щодо процесів, які потребують змін: від пакування – до зберігання та відходів. Щоб ще більше зменшити свій вплив, ресторани-учасники також додають невелику плату до своїх рахунків (один відсоток), що допомагає фінансувати гранти для проектів відновного сільського господарства. Це діє як компенсація виділеного вуглецю для невеликої кількості неминучого сміття, яке все ще виробляється підприємствами [11].

Над впровадженням робочих стандартів у ресторанах та закладах гостинності працює компанія Grace's Foodprint Group, як допомагає зменшити кількість відходів на кожному кроці. Foodprint Group з моменту запуску у 2017 році працювала, включаючи таких клієнтів, як Google, Eataly і Dig. Вона використовує інструменти для щоденного відстеження відходів щоб допомогти партнерам-ресторанам і готелям запровадити роботу без відходів, поступово зменшуючи їх в усіх потоках. Менше 10 відсотків вироблених продуктів потрапляє в смітник, решту – їжу, упаковку та все інше – повторно використовують: переробляють, компостують або дарують [12].

У такі організації, як Rescuing Leftover Cuisine і Rethink, допомагають прояснити проблему відповідальності та зрозуміти важливість надання надлишкової їжі тим, хто її потребує. Rescuing Leftover Cuisine доставляє зайву їжу з ресторанів, готелів і підприємств громадського харчування в сусідні притулки для бездомних, тоді як Rethink допомагає ресторанам і партнерам з громадського харчування перепрофілювати надлишки їжі в їжу до банків продовольства та інших потребуючих організацій [13, 14].

Скандинавська фудтех-компанія LMK Group, яка доставляє кулінарні набори для приготування різноманітних страв (близько 1,74 млн одиниць у 2020 році) безпосередньо до дверей своїх клієнтів, використовуючи спеціально розроблену модель машинного навчання, побудовану на платформі Azure, LMK перетворила на мистецтво процес прогнозування ймовірних замовлень від своїх клієнтів. Це означає, що компанія може надати наперед своїм виробникам та постачальникам харчових продуктів точний прогноз на термін до 10 тижнів, тому їм не потрібно виробувати врожай, який не буде використаний. Сьогодні LMK Group під час виробництва викидає менше ніж 1% харчових відходів, що є неймовірно низьким показником для сектору роздрібною торгівлі продовольчими товарами. Таким чином, допомагаючи постачальникам бути набагато точнішими з кількістю продуктів харчування [15].

Зберігання продуктів в магазині, чи створення запасів у ресторанному закладі – це потенційні джерела значних відходів. Наприклад, випадково залишені відчиненими двері морозильної камери можуть спричинити псування їжі вартістю кілька десятків тисяч євро. Контролювати продуктові запаси та зберігати продукти допоможе обладнання на базі штучного інтелекту. Для зменшення втрат був створений новий застосунок Soría, яким підприємці можуть користуватись для планування відбору надлишкової їжі, а також надання їжі в благодійні організації за вимоги. Данський виробник Danfoss розробив сервіс моніторингу, який за допомогою датчиків стежить, за підтриманням потрібної температури в морозильних камерах та холодильниках, попереджаючи персонал про зміни температури [16]. Німецький лідер у галузі ритейл

технологій – компанія Bizerba усунула суб'єктивний чинник у прийнятті рішень щодо того, які продукти замовляти і що робити з переповненими полицями. Bizerba поєднала свою інноваційну технологію зважування з роздрібними системами стелажів, в результаті чого з'явилися полиці та станції самообслуговування в пекарнях, які спроможні контролювати та перевіряти власні запаси [17]. Програма зменшення харчових відходів – The Winnow Vision AI на базі штучного інтелекту включає в себе комплекс відеокамер, спеціальних ваг і лічильників, які дають змогу відстежувати та аналізувати всі операції, які відбуваються на кухні ресторанних закладів. Система аналізує кількість компонентів, які використовуються для приготування страв, а потім співставляє їх з кількістю невитрачених продуктів. Таким чином, ґрунтовний аналіз зібраних даних дозволяє розробити оптимальні заходи використання продуктів на всіх стадіях: від закупівлі – до подачі на стіл. Розробники проекту вважають, що використання штучного інтелекту може дозволити скоротити кількість харчових відходів в середньому на 40...70%, а витрати на продукти – на 2–8% на рік [18]. У Microsoft теж створюють програмні продукти, які допомагати ритейлерам і закладам гостинності, співпрацюючи з ними над спільними інноваціями та спільною розробкою рішень наступного покоління, які вирішують найбільш нагальні проблеми їхнього бізнесу. Microsoft Cloud for Retail допомагає побудувати стійкий ланцюг постачання, створюючи централізовану систему, яка надає багатоканальні дані про запаси в режимі реального часу, що дає змогу ефективно організувати виконання замовлень та сприяє досягненню оптимального рівня запасів [19].

Вартість харчових відходів полягає не лише у вартості поводження з відходами, але також у вартості придбаної продукції та погодинній вартості витраченої таким чином праці. Існує два типи марно витраченої їжі: продукти, термін придатності яких закінчився до вживання, та їжа, яку не вживають (відходи кухонної підготовки, залишки за столом тощо). Для боротьби з цими різними формами відходів ми повинні визначити фактори, які відіграють роль на кожному рівні, і слід впливати на кожен з них. За даними FoodPrint, втрачається до 10% запасів продуктів харчування, які ресторан купує, а це означає, що 10% його витрат на харчування не принесуть доходу [11].

Для ресторану суворий контроль за запасами їжі допомагає максимізувати рентабельність інвестицій закуповуваних інгредієнтів та продуктів. Зменшити кількість харчових відходів у закладах гостинності можна і за допомогою певних практичних дій таких як:

- відредагувати меню з огляду на попит споживачів на певні страви, інгредієнти та вагу порції;
- використовувати простий та ефективний мірний посуд;
- купувати тільки ті продукти, які планується використовувати найближчим часом;
- нещодавно придбані продукти розміщувати у задній частині шафи чи холодильника, і спершу використовувати продукти, придбані раніше;
- обов'язково маркувати продукти харчування у в холодильниках і коморах мітками із зазначенням терміну: «використати до...» та «пожертвувати до...»;
- заморожувати залишки фруктів та ягід;
- регулярно перевіряти температури холодильної та морозильної камер
- не викидати шкірки й бадилля від овочів фруктів і зелені, а використовувати їх для приготування компотів та овочевих бульйонів;
- готувати кротони з підсохлого хліба, смузі, соуси та джеми з переспілих фруктів, або ж виготовляти чіпси з картопляного пюре;
- компостувати рештки продуктів (якщо є така можливість), або співпрацювати з підприємствами, які цим займаються.

Навіть не встановлюючи програмні продукти, ресторани заклади зможуть суттєво зменшити кількість харчових відходів шляхом запровадження таких заходів як:

- аналіз співвідношення між кількістю виробленої, спожитої відвідувачами їжі та кількістю відходів;
- адаптування замовлення відповідно до статистики відвідуваності;
- планування надлишку їжі, яке допоможе завчасно попідкуватись про майбутній план дій із залишками;
- пожертвування їжі чи продуктів благодійним організаціям, які роздають людям, які її потребують;
- співпраця з притулками для тварин;
- налагодження діалогу із споживачами.

Суттєво зменшить кількість викинутих харчів відповідальне споживання продуктів населенням, в основі якого лежить правильне та збалансоване харчування. Протягом останніх кількох років старання ЄС у сфері охорони здоров'я та харчової політики були зосереджені на популяризації здорового харчування та активного способу життя. Згідно стратегії «Farm to Fork» запровадження справедливої, здорової та екологічно чистої системи харчування Європейська комісія запропонувала внести зміни до Регламенту «Інформації про харчові продукти для споживачів» (FIC), та ввести обов'язкові та гармонізовані зобов'язання щодо маркування харчових продуктів на передній частині упаковки (FOPNL) для забезпечення кращої інформації на етикетці. Завдяки цьому споживачі харчових продуктів будуть набагато краще обирати відповідні харчі і розуміти умови, за яких їх слід використовувати. Крім того, планується

проведення певних освітніх кампаній, ініційованих харчовим сектором [20]. Вкрай необхідно проводити просвітницьку роботу серед населення, доводячи до нього, що харчові відходи є важливою проблемою сьогодення, і що прості люди також можуть робити свій активний внесок у зменшення харчових відходів і збереження довкілля шляхом відповідального споживання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

На фоні пандемії COVID-19 та воєнних дій в Україні у світі відчувається гостра нестача продуктів харчування і ця цифра продовжує зростати. У складній ситуації опинились бідні соціальні прошарки населення середньо- й навіть високорозвинутих груп країн.

Разом з тим, 17 відсотків (1.3 мільярдів тон) загального світового виробництва харчових продуктів витрачається даремно, багато продуктів викидається на сміття, формуючи харчові відходи, які негативним чином впливають на стан навколишнього середовища та можуть безповоротно змінити його якісний стан. Скорочення обсягів харчових відходів на душу населення на рівні роздрібно торгівлі, закладів гостинності та самих споживачів має важливе значення для створення продовольчої безпеки та переходу до ресурсоефективної економіки.

Класичну лінійну модель виробництва продуктів може змінити економіка замкнутого циклу, яка концентрується на продуктах і послугах, які мінімізують відходи та інші види забруднень.

Значним проектом економіки замкнутого циклу є «Farm to Fork» («Від ферми до виделки»). Ініціатива виступає сполучною ланкою між усіма секторами харчової промисловості.

З метою запобігання негативним наслідкам безвідповідального ставлення до їжі та уникнення загрози голоду діє ціла низка державних та громадських ініціатив. У багатьох країнах світу на законодавчому рівні закріплені правила для ресторанних закладів та магазинів безкоштовної передачі їжі до продовольчих банків або благодійних організацій.

З метою зменшення втрат продуктів у світі діють три найбільші мережі продовольчих банків: Global Food Banking Network (GFN), Feeding America – у США і Європейська федерація продовольчих банків; поширюються громадські ініціативи; різні волонтерські програми надають інструменти, які ресторани можуть використовувати для досягнення цієї мети, відслідковуючи власні витрати; контролювати продуктові запаси та зберігати продукти в закладах гостинності допоможе програмне забезпечення.

Суттєво зменшить кількість викинутих харчів відповідальне споживання продуктів населенням, в основі якого лежить правильне та збалансоване харчування, тому просвітницька робота зі споживачами надзвичайно важлива.

В Україні необхідно розробити чіткі програми, спрямовані на зменшення харчових відходів та відповідальне споживання. Отже, ефективна стратегія зменшення харчових відходів має враховувати попит, пропозицію, операції та точки продажу. Вона повинна ґрунтуватись на участі у цьому процесі держави (на законодавчому рівні), підприємців (на рівні виробництва та послуг), а також споживачів (розуміння та підтримка громадських ініціатив, особиста поведінка з продуктами харчування).

Література

1. Офіційний сайт FAO. URL: <https://www.fao.org/home/en/>
2. Без їжі в смітнику: як перейти до відповідального харчування. І яку небезпеку створюють органічні відходи. URL: <https://mind.ua/publications/20231443-bez-yizhi-v-smitniku-yak-perejti-do-vidpovidalnogo-harchuvannya>.
3. Спільна доповідь Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) та британської екологічної НКО WRAP Environment, U. N. (2021-03-04). "UNEP Food Waste Index Report 2021" (PDF). UNEP - UN Environment Programme. Archived from the original on 16 December 2021. Retrieved 2022-02-01. URL: <https://www.drishtiias.com/daily-updates/daily-news-analysis/food-waste-index-report-2021-unep>
4. Модель циркулярної економіки. URL: <https://www.metabolic.nl/what-we-do/circular-economy/>
5. Офіційна сторінка програми «З ферми – до тарілки». URL: <https://www.farmtofork.com.au/>
6. Без їжі в смітнику: як перейти до відповідального харчування. І яку небезпеку створюють органічні відходи. URL: <https://mind.ua/publications/20231443-bez-yizhi-v-smitniku-yak-perejti-do-vidpovidalnogo-harchuvannya>
7. The Global FoodBanking Network. URL: https://lms.latitudelearning.com/home/asp_main.aspx?sCode=gfn
8. European Federation of Food Banks. URL: <https://web.archive.org/web/20151116014601/http://www.eurofoodbank.eu/food-banking/history>
9. Navigate to a greener planet with waze Too good to go. URL: <https://toogoodtogo.com/en-us/blog/waze>
10. Офіційний сайт Foodprintgroup. URL: <https://www.foodprintgroup.com/>
11. Офіційний сайт Zero Foodprint. URL: <https://www.zerofoodprint.org/>
12. Офіційний сайт Grace's Foodprint Group. URL: <https://www.rescuingleftovercuisine.org/>
13. Офіційний сайт Rethink. URL: <https://rethink.com.ua/uk/materials/circular-economy/stisliy-viklad-zvitu-the-circularity-gap-report-20191579279456>

14. Офіційний сайт Rescuing Leftover Cuisine URL: Скандинавська фудтех-компанія LMK Group. URL: <https://lmkgroup.se/>
15. <https://customers.microsoft.com/en-us/story/1406376988334236754-lmk-group-retailers-azure-en-norway>
16. <https://www.bizerba.com/en/home/>
17. Офіційний сайт програмного продукту. <https://www.winnowsolutions.com/en/product>
18. Офіційний сайт програмного продукту Microsoft Cloud for Retail. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/industry/retail/microsoft-cloud-for-retail>

References

1. Ofitsiyni sait FAO. URL: <https://www.fao.org/home/en/>
2. Bez yizhi v smitnyku: yak pereity do vidpovidalnoho kharchuvannia. I yaku nebezpeku stvoriuit orhanichni vidkhody. URL: <https://mind.ua/publications/20231443-bez-yizhi-v-smitniku-yak-perejti-do-vidpovidalnoho-harchuvannya>
3. Spilna dopovid Prohramy OON z navkolyshnoho seredovyshcha (UNEP) ta brytanskoi ekolohichnoi NKO WRAP Environment, U. N. (2021-03-04). "UNEP Food Waste Index Report 2021" (PDF). UNEP - UN Environment Programme. Archived from the original on 16 December 2021. Retrieved 2022-02-01. URL: <https://www.drishtias.com/daily-updates/daily-news-analysis/food-waste-index-report-2021-unep>
4. Model tsyrkuliarnoi ekonomiky URL: <https://www.metabolic.nl/what-we-do/circular-economy/>
5. Ofitsiina storinka prohramy «Z fermy – do tarilky». URL: <https://www.farmtofork.com.au/>
6. Bez yizhi v smitnyku: yak pereity do vidpovidalnoho kharchuvannia. I yaku nebezpeku stvoriuit orhanichni vidkhody. URL: <https://mind.ua/publications/20231443-bez-yizhi-v-smitniku-yak-perejti-do-vidpovidalnoho-harchuvannya>
7. The Global FoodBanking Network. URL: https://lms.latitudelarning.com/home/asp_main.aspx?sCode=gfn
8. European Federation of Food Banks. URL: <https://web.archive.org/web/20151116014601/http://www.eurofoodbank.eu/food-banking/history>
9. Navigate to a greener planet with waze Too good to go. URL: <https://toogoodtogo.com/en-us/blog/waze>
10. Ofitsiyni sait Foodprintgroup. URL: <https://www.foodprintgroup.com/>
11. Ofitsiyni sait Zero Foodprint. URL: <https://www.zerofoodprint.org/>
12. Ofitsiyni sait Graces Foodprint Group. URL: <https://www.rescuingleftovercuisine.org/>
13. Ofitsiyni sait Rethink. URL: <https://rethink.com.ua/uk/materials/circular-economy/stisliiy-viklad-zvitu-the-circularity-gap-report-20191579279456>
14. Ofitsiyni sait Rescuing Leftover Cuisine. URL: Скандинавська фудтех-компанія LMK Group. URL: <https://lmkgroup.se/>
15. <https://customers.microsoft.com/en-us/story/1406376988334236754-lmk-group-retailers-azure-en-norway>
16. <https://www.bizerba.com/en/home/>
17. Ofitsiyni sait prohramnoho produktu. <https://www.winnowsolutions.com/en/product>
18. Ofitsiyni sait prohramnoho produktu Microsoft Cloud for Retail. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/industry/retail/microsoft-cloud-for-retail>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-38>

УДК: 330

Марина ЮДИНА

<https://orcid.org/0000-0001-5796-1767>

e-mail: yudinam26@ukr.net

Хмельницький національний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

У статті досліджено структуру потенціалу вітчизняних підприємств, основні елементи якої повинні забезпечуватися тісними взаємозв'язками в системі менеджменту. Виокремлено зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на формування та розвиток потенціалу вітчизняних підприємств. Досліджено проблематику забезпечення потенціалу підприємств промислового сектору національної економіки. Наголошено на значимості формування національної інноваційної системи. Обґрунтовано підходи до проведення діагностики реалізації інноваційного потенціалу підприємства в контексті національної безпеки країни. Досліджено складові системи управління інноваційним потенціалом підприємства.

Ключові слова: промислові підприємства, інноваційний потенціал, фактори розвитку потенціалу підприємства, національна безпека, система управління інноваційним потенціалом.

Maryna YUDINA

Khmelnytskyi National University

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATION POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF NATIONAL SECURITY

The article focuses on the close relationship between industrial development and economic growth in the context of focus on innovative development. The structure of potential of domestic enterprises is studied, the main elements of which should be provided by close interrelations in the enterprise management system. The external and internal factors influencing the formation and development of the potential of domestic enterprises are singled out. The problems of ensuring the potential of enterprises in the industrial sector of the national economy are studied. The importance of forming a national innovation system is emphasized. Approaches to diagnostics of realization of innovative potential of the enterprise in the context of national security of the country are substantiated. The main factors that hinder the development of innovation potential of domestic enterprises are identified. The components of the innovation potential management system are studied, including the subsystems of planning, motivation, organization, monitoring, control and the subsystem of diagnostics of innovation potential.

Key words: industrial enterprises, innovation potential, factors of enterprise potential development, national security innovation potential management system.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Як свідчить досвід країн із розвиненою економікою важливим питанням є концентрація уваги на стимулюванні наукомістких галузей та виробництва з акцентуванням уваги на розвитку саме інноваційної сфери. В контексті забезпечення національної безпеки, маючи достатній науковий потенціал, вітчизняним підприємствам необхідно технологічне підґрунтя для покращення конкурентних позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках збуту продукції. Нові ідеї, новації та інновації є необхідністю для розвитку вітчизняних підприємств, забезпечення їх фінансової стійкості, конкурентоздатності та, в загальному, для розвитку промисловості країни. Саме інноваційний потенціал як складна багатогранна економічна категорія є підґрунтям для розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вагомий внесок у дослідження проблематики розвитку інноваційного потенціалу підприємства зробили такі вчені: Абурден П., Бубенець І.Г., Вакалок В.А., Войнаренко М.П., Васківська К.В., Гурочкіна В.В., Гаєвська Л.М., Гришко В.А., Єпіфанова В.О., Кларк Дж., Кузьмін О.С., Краснокутська Н.С., Маршалл А., Пилипенко О.С., Станасюк Н.С., Тарасюк Г.М., Фатхутдінов Р.А., Шеремет Т.Г. та ін. Розвиток економіки більшості країн базується саме на зростанні інноваційного потенціалу, через те для промислових підприємств з метою обрання лідируючих бізнес-позицій, важливим є проведення подальших досліджень в даному напрямі, особливо щодо забезпечення інноваційного типу економічного розвитку країни.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження основних напрямів розвитку інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств, а також визначення його ролі в забезпеченні національної безпеки країни в сучасних умовах господарювання та трансформаційних змін економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження

В останні десятиріччя інноваційний напрям розвитку є стратегічним орієнтиром економіки країни. За таких умов підвищується роль промислового потенціалу як базової основи, що забезпечить модернізацію національної економіки. Сьогодні саме з розвитком промисловості пов'язують економічне зростання країни, вихід на міжнародні ринки, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва. Проте сучасний промисловий потенціал характеризується несприятливими тенденціями розвитку.

Незважаючи на поступовий процес переходу до постіндустріального суспільства, промисловий сектор займає значну питому вагу в структурі світової економіки. Так, частка промисловості у створенні світового валового внутрішнього продукту становить близько 30%, а кожен п'ятий працюючий зайнятий у промисловому виробництві. Впродовж останніх років у галузевій структурі промисловості України спостерігаються позитивні зрушення, спрямовані на зменшення частки добувної промисловості, а також розроблення кар'єрів і збільшення питомої ваги переробної промисловості [1, с. 168].

Потенціал підприємства є реальною здатністю здійснювати цілеспрямовану виробничо-господарську діяльність, яка відповідає стратегії розвитку підприємства. Функціонування економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах змін вимагає створення на державному рівні соціально-економічних умов. Структура потенціалу підприємства представляє собою сукупність наступних структурних компонентів: виробничий потенціал (власний капітал та залучений капітал, платоспроможність, ліквідність, управління дебіторською заборгованістю, управління розподілом прибутку, управління оборотними активами); стратегія розвитку (економічна стратегія, прогнозування, маркетинг, бенчмаркінг, внутрішній консалтинг, контролінг, оцінювання економічних ризиків, конкурентні переваги, диверсифікація продукції, кадровий потенціал, екологічна продукція, сталий розвиток); інвестиційно-інноваційний потенціал (формування активів, інвестиційна привабливість, ефективність інвестицій, формування інвестиційного портфеля, управління оборотними активами); інформаційний потенціал, який є сукупністю механізмів організаційної взаємодії, що дозволяють на основі систематичного аналізу зовнішнього й внутрішнього середовища одержувати необхідний обсяг інформації про поточний стан і передбачувані зміни та кадровий потенціал [2].

Слід наголосити на тому, що особливості підприємницького потенціалу описують лише базовий набір характеристик, який може бути розширений або звужений залежно від суб'єкту торговельного підприємства. Звичайно, для індивідуальних підприємців, зайнятих у сфері торгівлі, підприємницький потенціал може бути обмежений прагненням до незалежності, відчуттям ринкової кон'юнктури та схильністю до ризику. З укрупненням бізнесу на перший план висувуються вимоги формування потужних управлінських здібностей, але за дотримання принципу гнучкості управління, виникає необхідність посилення інноваційної активності хоча б до рівня впровадження існуючих нових технологій і систем, а також постійного пошуку нових ринкових ніш.

Беручи до уваги зазначені особливості, визначимо основні фактори, які чинять вплив на формування та розвиток підприємницького потенціалу в торгівлі, з використанням традиційного підходу до їх вивчення залежно від сфери виникнення впливу – зовнішні та внутрішні фактори. Основними зовнішніми факторами є соціальні, економічні, технологічні та політичні. Соціальні чинники формування підприємницького потенціалу визначаються, на наш погляд, демографічними характеристиками населення, рівнем його зайнятості, доходами та структурою витрат. Така логіка пояснюється тим, що за інших рівних умов зі збільшенням чисельності населення зростає потенційна кількість підприємців, економічна активність яких підвищується за низького рівня життя в країні [3, с. 23].

Сучасний етап розвитку вітчизняної промисловості характеризується такими основними проблемами: значним спадом обсягів промислового виробництва, нестабільними умовами функціонування підприємств, зростанням вартості енергоресурсів і, як наслідок, збільшенням вартості кінцевої продукції, скороченням внутрішнього попиту через зменшення рівня доходів населення. В зв'язку з цим на перший план висувуються проблеми визначення стану та перспектив розвитку інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств, оскільки галузь машинобудування виступає стратегічно важливою ланкою вітчизняного промислового комплексу і забезпечує стабільне економічне зростання національної економіки в цілому.

Ситуація, що склалася, у промисловому секторі національної економіки пояснюється такими причинами: обмеженістю ресурсів, низькою ефективністю та непрозорістю використання наявних ресурсів, труднощами визначення перспективних напрямів промислової політики, необхідністю підтримки традиційних видів діяльності з метою забезпечення високого рівня зайнятості населення та ін. Необхідність підвищення рівня інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств зумовлюється високим рівнем конкуренції, що підсилюється за рахунок інтеграційних процесів світової економіки та переходом суспільного виробництва до інноваційного типу розвитку [4, с. 84].

Інноваційна система України переживає не найкращі часи свого становлення та розвитку, що пов'язано перш за все з політичними подіями, протиріччями на Сході країни та постійним перерозподілом влади. Безперестанний перерозподіл сфер впливу органами державної влади, тобто її керівними особами, не дозволяє створити систему організаційно-економічного та інформаційного забезпечення розвитку інноваційних процесів на рівні держави. На відміну від розвинених країн, в Україні ще не створено національної інноваційної системи.

Інноваційна діяльність характеризується структурною деформованістю, інституційною неповнотою, неузгодженістю та незбалансованістю технологічних, економічних і соціально-ціннісних аспектів. Інноваційні процеси в Україні не набули достатніх масштабів і не стали суттєвим фактором зростання ВВП. Інноваційний тип економічного розвитку стає фундаментом, який визначає економічну міць країни, економічну безпеку та її перспективи на світовому ринку. Ефективність та динамізм інноваційної сфери перетворилися у вирішальний чинник забезпечення конкурентоспроможності економіки та значною мірою визначають місце кожної країни у світі. Інноваційну спроможність на сучасному рівні необхідно розглядати як невід'ємну складову конкурентоспроможності національної економіки [5, с. 39].

Для аналізу використання інновацій та діагностики реалізації інноваційного потенціалу підприємства в контексті національної безпеки країни доцільно розглянути основні показники, що застосовують сучасні науковці. Оцінку інноваційного потенціалу підприємства доцільно здійснювати в такій послідовності: аналіз структури інноваційного потенціалу; виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства; оцінка рівня інноваційної активності підприємства.

Перший етап оцінки інноваційного потенціалу – аналіз структури інноваційного потенціалу, що передбачає вивчення стану кожного його елементу на основі методу експертних оцінок. Як показник оцінки інноваційного потенціалу підприємства зазвичай пропонується використовувати досить різнопланові характеристики, які являють собою кадровий, виробничо-технологічний, науково-технічний, фінансово-економічний складники діяльності підприємства інноваційного типу [6, с. 195; 7, с. 72].

Варто виокремити основні фактори, які перешкоджають розвитку інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств. До зовнішніх факторів належать:

- невизначена державна політика в галузі розвитку інновацій;

- проблематика активізації інвестиційного механізму інноваційно-орієнтованим підприємствам, в тому числі існує неефективна система залучення іноземного капіталу;

- політико-економічна нестабільність в країні знижує рівень визначеності довгострокових перспектив розвитку, ускладнює проведення маркетингових досліджень і виявлення потреби на той чи інший інноваційний продукт або технологію.

До внутрішніх факторів, що перешкоджають розвитку інновацій на підприємстві слід віднести:

- високий знос технологічного обладнання, відсутність сучасної операційної бази для розробок;

- відсутній ефективний організаційно-управлінський механізм розвитку інноваційної діяльності, не визначена методика управління інноваційним потенціалом;

- не розроблена система мотивації персоналу, а також система розвитку працівників і безперервного навчання;

- невідповідність бізнес-моделі підприємства обраній інноваційній стратегії;

- відсутня модель кооперації з іншими підприємствами, що здійснюють інновації та науково-дослідними центрами;

- не налагоджена узгодженість між інноваційною стратегією та культурою, що підтримує інновації тощо [8, с. 74].

Підсистема діагностики в системі управління інноваційним потенціалом підприємства – це комплексний попередній синтетичний висновок про стан фактичного та перспективного інноваційного потенціалу підприємства, який досліджується на основі різної аналітичної інформації, її синтезу та зіставлення. Без якісної проведеної діагностики інноваційного потенціалу підприємства неможливо прийняти обґрунтоване та ефективне рішення, не можна планувати систему управління.

Підсистема планування інноваційного потенціалу підприємства складається зі стратегічного, тактичного та оперативного планування оптимальної системи формування, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу підприємства. Підсистема мотивації персоналу в системі управління інноваційним потенціалом підприємства повинна спонукати до підвищення ефективності формування, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу підприємства та бути за певними центрами відповідальності та на індивідуальному рівні. Підсистема організації (забезпечення) спрямована на організацію обслуговування процесу оптимального створення, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу. Ця підсистема вирішує питання кінцевої оптимальної структури інноваційного потенціалу, а також упорядкування й регламентації дій виконавців. Підсистема моніторингу та контролю носить всеосяжний характер і прямо або побічно пов'язана з усіма підсистемами менеджменту [9, с. 89].

Сьогодні можна дискутувати про різні механізми економічного захисту на мікро- та на макрорівнях, проте без державної підтримки підприємств всі механізми нічого не варті. Вкрай необхідна орієнтація країни на п'ятий та шостий технологічні уклади. На сьогодні наша країна все більше орієнтується на експорт аграрної сировини, саме тому дуже важливим є досягнення синергії між сільським господарством та промисловістю, так як без досягнення високотехнологічних розробок сільське господарство приречене на деградацію.

Підвищувати рівень економічної безпеки вітчизняних підприємств необхідно починати із впровадження механізму державної підтримки та стимулювання підприємств. Безпека інноваційного потенціалу вітчизняного підприємства обумовлює дотримання інтересів підприємства та характеризує стан

захищеності виробничого потенціалу, сприяє розвитку за допомогою реалізації нововведень технічного і організаційного характеру. Система безпеки інноваційного потенціалу має бути побудована на основі принципів системності, своєчасності, безперервності, плановості, законності, цілеспрямованості, економічної доцільності, диверсифікації та контролю [10, с. 54-55].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розвиток інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств є базовим підґрунтям у забезпеченні економічної безпеки країни. Кожне підприємство, вносячи організаційно-економічні та технологічні зміни активізує інноваційну активність та удосконалює аспекти управління інноваційною діяльністю. Після виокремлення складових елементів інноваційного потенціалу, управлінський персонал господарюючого суб'єкта повинен сформувати ефективний механізм розвитку потенціалом в контексті національної безпеки країни. Реалізуючи поточні та стратегічні орієнтири щодо розвитку усіх складових інноваційного потенціалу (науково-технологічної, виробничої, управлінської, маркетингової, фінансової, складової інформаційного забезпечення) господарюючий суб'єкт має змогу підвищити власну конкурентоспроможність із розширенням ринків збуту продукції та зростанням прибутковості. Розвиток інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств унеможливиться без обрання та дотримання принципів забезпечення безпеки як інноваційних, так і інвестиційних заходів.

Література

1. Кузьмін О. Є. Оцінювання рівня розвитку промислового потенціалу та формування стратегій його нарощування (галузевий аспект) / О. Є. Кузьмін, Н. С. Станасюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Вип. № 14. Ч.1. – С. 168–172.
2. Васківська К. В. Економічний потенціал підприємства в умовах змін: суть та характерні особливості [Електронний ресурс] / Васківська К. В., Лозінська Л. Д., Галімуков Ю. О. // Ефективна економіка. – 2020. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7858>
3. Краснокутська Н. С. Підприємницький потенціал як фактор розвитку торговельних підприємств : монографія / Н. С. Краснокутська, І. Г. Бубенець, О. Є. Чатченко. – Х. : Видавництво «Лідер», 2015. – 175 с.
4. Мясников В. О. Стан та перспективи розвитку інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств / В. О. Мясников // Економіка та держава. – 2017. – № 2. – С. 81–88.
5. Черба В. М. Інноваційний потенціал України / В. М. Черба // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 13. – С. 37–42.
6. Гаєвська Л. М. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка / Л. М. Гаєвська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 15. – С. 192–196.
7. Россоха В. В. Методика оцінювання потенціалу інновацій / В. В. Россоха // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 5(47). – С. 68–75.
8. Вакалюк В. А. Інноваційний потенціал сучасного підприємства: структура та оцінка / В. А. Вакалюк // Приазовський економічний вісник. – 2019. – Вип. 4(15). – С. 72–78.
9. Пилипенко О. С. Забезпечення розвитку інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств на основі використання нових бізнес-моделей / О. С. Пилипенко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 12. – С. 87–89.
10. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту / В. В. Гурочкіна // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5. – С. 51–57.

References

1. Kuzmin O. Ye. Otsiniuvannya rivnia rozvytku promyslovoho potentsialu ta formuvannya stratehii yoho naroshchuvannya (haluzevyi aspekt) / O. Ye. Kuzmin, N. S. Stanasiuk // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo. – 2017. – Vyp. № 14. Ch.1. – S. 168–172.
2. Vaskivska K. V. Ekonomichniy potentsial pidpriemstva v umovakh zmin: sut ta kharakterni osoblyvosti [Elektronnyi resurs] / Vaskivska K. V., Lozinska L. D., Halimuk Yu. O. // Efektyvna ekonomika. – 2020. – № 5. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7858>
3. Krasnokutskaya N. S. Pidpriemnytskyi potentsial yak faktor rozvytku torhovelnykh pidpriemstv : monohrafiya / N. S. Krasnokutskaya, I. H. Bubenets, O. Ye. Chatchenko. – Kh. : Vydavnytstvo «Lider», 2015. – 175 s.
4. Miasnykov V. O. Stan ta perspektyvy rozvytku innovatsiinoho potentsialu mashynobudivnykh pidpriemstv / V. O. Miasnykov // Ekonomika ta derzhava. – 2017. – № 2. – S. 81–88.
5. Cherba V. M. Innovatsiinyi potentsial Ukrainy / V. M. Cherba // Investytsii: praktyka ta dosvid. – 2018. – № 13. – S. 37–42.
6. Haievska L. M. Innovatsiinyi potentsial pidpriemstva ta yoho otsinka / L. M. Haievska // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2017. – Vyp. 15. – S. 192–196.
7. Rossokha V. V. Metodyka otsiniuvannya potentsialu innovatsii / V. V. Rossokha // Aktualni problemy ekonomiky. – 2005. – № 5(47). – S. 68–75.
8. Vakaliuk V. A. Innovatsiinyi potentsial suchasnoho pidpriemstva: struktura ta otsinka / V. A. Vakaliuk // Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk. – 2019. – Vyp. 4(15). – S. 72–78.
9. Pylypenko O. S. Zabezpechennia rozvytku innovatsiinoho potentsialu vitchyznianskykh pidpriemstv na osnovi vykorystannia novykh biznes-modelei / O. S. Pylypenko // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. – 2017. – Vyp. 12. – S. 87–89.
10. Hurochkina V. V. Innovatsiinyi potentsial pidpriemstva: sutnist ta systema zakhystu / V. V. Hurochkina // Ekonomika: realii chasu. – 2015. – № 5. – S. 51–57.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-39>

УДК 336.143:622.69:620.92

Ліліана ГОРАЛЬ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

<https://orcid.org/0000-0001-6066-5619>

liliana.goral@gmail.com

Людмила ВОЙТКІВ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

<https://orcid.org/0000-0003-4877-1333>

Софія ДУБ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Ольга СТЕПАНЮК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Олександр ЯКУБИШИН

ДП «Калуська ТЕЦ-нова»

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ З ТРАНСПОРТУВАННЯ ВУГЛЕВОДНІВ В СФЕРІ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ

Нафтогазова галузь України завжди входила до переліку основних бюджетотворюючих, проте діяльність її підприємств супроводжується ризиками настання техногенних катастроф, наслідки яких призводять і до викидів парникових газів. В даній статті автори акцентують увагу на потребі формування вуглецевого податку як компенсатора парникового ефекту та на формуванні якісної соціально-відповідальної бюджетної політики підприємств, які транспортують вуглеводні. Проведено короткий огляд принципів та засад бюджетної політики України. Здійснено аналіз ініціатив вуглецевого ціноутворення. Наведено перелік детермінант, що впливають на процес декарбонізації та запропоновано проводити вуглецеве ціноутворення базуючись на економічній та екологічній оцінці техногенних ризиків, так як жоден із наявних інструментів вуглецевого ціноутворення у світі не встановлює ціну на такому рівні, який би забезпечив скорочення глобальних викидів парникових газів.

Ключові слова: бюджетування, вуглецевий податок, декарбонізація, магістральні трубопроводи

Liliana HORAL, Lyudmyla VOITKIV, Sofiya DUB, Olga STEPANYUK

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Oleksandra YAKUBYSHYN

SE «Kalush CHP-new»

BUDGET POLICY OF HYDROCARBON TRANSPORT ENTERPRISES IN THE FIELD OF DECARBONIZATION

The socio-economic situation of each community, regions and the country as a whole, the implementation of functions and tasks of all authorities, the efficiency of public services and the effectiveness of all participants in the budget process depend on properly organized management of the budget process. The budget process is a continuous process of consistent action aimed at ensuring the sustainable functioning of the budget sector and funding other priority programs and activities.

With the implementation of administrative-territorial reform and decentralization of power in Ukraine, the system of inter-budgetary relations and budget equalization in particular has changed. To strengthen the financial base of local budgets, the vector of regulation was shifted from equalization "by expenditure" to equalization "by income". However, the introduction of a new system of financial equalization is associated with a number of risks.

Ukraine's oil and gas industry has always been one of the main budget-generators, but the activities of its enterprises are accompanied by the risks of man-made disasters, the consequences of which lead to greenhouse gas emissions. In this article, the authors emphasize the need to form a carbon tax as a compensator for the greenhouse effect and the formation of a quality socially responsible budget policy of enterprises that transport hydrocarbons. A brief overview of the principles and grounds of budget policy of Ukraine. An analysis of carbon pricing initiatives has been made. A list of determinants influencing the decarbonisation process is proposed, and carbon pricing should be based on economic and environmental assessments of man-made risks, as none of the available carbon pricing instruments in the world set the price at a level that would reduce global greenhouse gas emissions.

Key words: budgeting, carbon tax, decarbonization, long-distance pipelines

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Від належно організованого управління бюджетним процесом залежить соціально-економічне становище кожної громади, регіонів і країни в цілому, реалізація функцій і завдань всіх органів влади, ефективність надання публічних послуг та результативність роботи всіх учасників бюджетного процесу. Бюджетний процес – це безперервний процес послідовних дій, спрямованих на забезпечення сталого функціонування галузей бюджетної сфери та фінансування інших пріоритетних програм та заходів [1].

З проведенням в Україні адміністративно-територіальної реформи та децентралізації влади змінилася система міжбюджетних відносин та бюджетного вирівнювання зокрема. Для зміцнення

фінансової бази місцевих бюджетів вектор регулювання було зміщено від вирівнювання «за видатками» до вирівнювання «за доходами». Однак впровадження нової системи фінансового вирівнювання пов'язане з низкою ризиків [2].

Аналіз досліджень та публікацій

Багато українських вчених в своїх працях звертали увагу на визначення економічної суті бюджетного процесу, історичні аспекти його формування та проходження, структуру та принципи функціонування. Зокрема це такі вчені, як Василик О.Д., Вознюк Г.Л., Загородній А.Г., Маргасова В.Г., Смовженко Т.С., Павлюк К.В., Прохорова В.В., Фадєєва І.Г., Шийко В.І., Юрій С.І. та інші. Однак незначна кількість українських вчених вивчає питання впливів на бюджетну політику підприємств, яка пов'язана з декарбонізацією їх діяльності.

Виклад основного матеріалу

Для розкриття теми, вважаємо, що слід наголосити на тих основних принципах виконання бюджетної політики підприємств, які базуються на Бюджетному кодексі України (ст. 7) та зібрані в табл. 1 з короткими поясненнями до їх економічної суті. Основною метою виділення принципів бюджетної політики підприємства є формування елементів такої бюджетної системи країни, яка при найбільш оптимальному використанні фінансових ресурсів держави відображає державний (унітарний) устрій країни у поєднанні з самостійністю місцевих бюджетів, тобто принципи відображають вимоги, які висувуються до організації і устрою бюджетної системи.

Таблиця 1

Основні принципи, на яких ґрунтується бюджетна система України [3]

Принципи бюджетної системи	Характеристика
єдності	забезпечується єдиною правовою базою, єдиною грошовою системою, єдиним регулюванням бюджетних відносин, єдиною бюджетною класифікацією, єдністю порядку виконання бюджетів та ведення бухгалтерського обліку і звітності
збалансованості	повноваження на здійснення витрат бюджету мають відповідати обсягу надходжень бюджету на відповідний бюджетний період
самостійності	Державний бюджет України та місцеві бюджети є самостійними
повноти	до складу бюджетів підлягають включенню всі надходження бюджетів та витрати бюджетів, що здійснюються відповідно до нормативно-правових актів органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування
обґрунтованості	бюджет формується на реалістичних макропоказниках економічного і соціального розвитку України та розрахунках надходжень бюджету і витрат бюджету, що здійснюються відповідно до затверджених методик та правил
ефективності та результативності	при складанні та виконанні бюджетів усі учасники бюджетного процесу мають прагнути досягнення цілей, запланованих на основі національної системи цінностей і завдань інноваційного розвитку економіки, шляхом забезпечення якісного надання публічних послуг при залученні мінімального обсягу бюджетних коштів та досягнення максимального результату при використанні визначеного бюджетом обсягу коштів
субсидіарності	розподіл видів видатків між державним бюджетом та місцевими бюджетами, а також між місцевими бюджетами ґрунтується на необхідності максимально можливого наближення надання публічних послуг до їх безпосереднього споживача
цільового використання бюджетних коштів	бюджетні кошти використовуються тільки на цілі, визначені бюджетними призначеннями та бюджетними асигнуваннями
справедливості та неупередженості	бюджетна система України будується на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами
публічності та прозорості	інформування громадськості з питань бюджетної політики, складання, розгляду, затвердження, виконання державного бюджету та місцевих бюджетів, а також контролю за виконанням державного бюджету та місцевих бюджетів

Як вказано в Конституції України, бюджетна система будується на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами та закріплює виключно законодавче і цільове регулювання будь-яких видатків держави на загальносуспільні потреби, розмір і цільове спрямування цих видатків; проголошує ідею збалансованості бюджету; закріплює принцип звітності і прозорості (оприлюднення) звітів про доходи і видатки Державного бюджету України та місцевих бюджетів [4]. Дієва парадигма сталого розвитку економіки держави акцентує екологічну складову в тріаді екологія – економіка – соціум і першочергово в нафтогазовому комплексі – на процесах декарбонізації виробництва.

Бюджетний устрій з точки зору побудови бюджетної системи встановлюється з урахуванням адміністративного поділу і розмежування функцій між різними рівнями органів державної влади [5]. Ці та інші аспекти бюджетного устрою прямо відображаються в процедурі оподаткування, зокрема і екологічного.

В період всебічної цифровізації, існування циклічної (кругової) економіки, потребує докорінної зміни парадигма тарифоутворення на постачання енергоносіїв та виявлення закономірностей впливу цінової політики в енергетиці на соціум [6]. Актуальним є питання бюджетування підприємств, які в результаті

своєї виробничої діяльності здійснюють викиди двоокису вуглецю. Зокрема, до платників екологічного податку в частині викидів двоокису вуглецю належать суб'єкти, у яких сукупний річний обсяг викидів двоокису вуглецю перевищує 500 тонн. Якщо річний обсяг викидів двоокису вуглецю перевищує 500 тонн за рік, суб'єкти зобов'язані зареєструватися платниками податку у податковому (звітному) періоді, в якому відбулося таке перевищення, та скласти і подати податкову звітність, нарахувати та сплатити податок за податковий (звітний) період, у якому відбулося таке перевищення.

База оподаткування екологічним податком за викиди двоокису вуглецю за результатами податкового (звітного) року зменшується на обсяг таких викидів у розмірі 500 тонн за рік (ст. 242 [7]). Ставка податку за викиди двоокису вуглецю стаціонарними джерелами становить 10 грн/тону.

За результатами сплачених податків здійснюється наповнення загального фонду державного бюджету. Однак, наповнення державного бюджету є вторинною метою, а базовою – забезпечення сталого розвитку територій. Надходження екологічного податку в частині викидів двоокису вуглецю зараховуються до загального фонду державного бюджету у розмірі 100 відсотків.

Наказом МФУ від 14.01.2011 № 11 «Про бюджетну класифікацію» затверджено Класифікацію доходів бюджету по екологічному податку, зокрема:

19011000 - «Екологічний податок, який справляється за викиди в атмосферне повітря двоокису вуглецю стаціонарними джерелами забруднення» [8].

Прийнято вважати [9], що вуглецеве ціноутворення – це механізм компенсації непрямих збитків тими, хто їх опосередковано спричинив. Також такий інструмент застосовується урядами різних держав для стимулювання підприємств зменшувати емісію парникових газів під час своєї діяльності з метою досягнення національно-визначеного внеску до Паризької угоди.

За даними Світового банку [10], на початок 2021р. у 46 країнах успішно запроваджено більше 60 ініціатив вуглецевого ціноутворення, у тому числі 31 система торгівлі квотами (Emissions Trading System), так як спрощене адміністрування при нарахуванні вуглецевого податку і можливість охоплення різноманітних джерел парникових газів підвищує потенціал формування державних надходжень.

У світовій практиці застосовується три форми вуглецевого ціноутворення: податок на CO₂, система торгівлі квотами на викиди парникових газів, а також комбінація цих підходів.

Інструменти вуглецевого ціноутворення та інші заходи державної політики можна розробити таким чином, щоб зменшити ризик негативної взаємодії та забезпечити досягнення кількох цілей одночасно. Це особливо актуально, якщо різні заходи мають різні цілі, наприклад, скорочення викидів парникових газів чи стимулювання розвитку певних технологій [11].

Вуглецеве ціноутворення впливає на низку галузей і технологій і, таким чином, легко взаємодіє з іншими заходами державної політики.

В процесі нафтогазовидобувної діяльності основними напрямками впливу на навколишнє середовище є викиди забруднюючих речовин та парникових газів, утворення відходів, використання і забруднення води тощо. Внесок цих підприємств в забруднення навколишнього середовища можна оцінити за рівнем викидів і утворення відходів (табл. 2) [12].

Таблиця 2

Внесок у викиди забруднюючих речовин у атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення підприємств видобувної галузі

Роки	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Усього викидів, тис. т.	3 350	2 857,4	3078,1	2584,9	2508,3	2459,5	2238,6
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів, тис. т	556,8	490,9	465,4	479,3	445,1	418,9	365,6
Частка у загальній сумі викидів, %	16,6	17,2	15,1	18,5	17,7	17,0	16,3

Джерело: за даними щорічних статистичних збірників Державної служби статистики України [13]

Звісно, нафтогазові підприємства не можна віднести до найбільших забруднювачів. Такими є підприємства галузі видобування кам'яного і бурого вугілля за обсягами викидів у атмосферне повітря. Відходи видобування нафти сирової та газу природного; відходи, які утворились від надання послуг щодо видобування нафти та газу (крім розвідувальних робіт), які за класифікаційними угрупованнями державного класифікатора відходів віднесені до групи 11 склали 179,71 тис. т у 2019 році (73,32 тис. т у 2018 році), що є менше 1 % від всіх відходів, які утворюють видобувні підприємства. Найбільше відходів серед видобувних утворюють підприємства, що займаються видобуванням руд металів (група відходів 13) - 339 541,32 тис. т у 2019 році [12].

Підприємства нафтогазового сектору, в котрих основною діяльністю є транспортування вуглеводнів, загалом є екологічно безпечними. Однак аварійні ситуації, які можуть виникнути на магістральних трубопроводах через військові дії чи людський чинник, супроводжуються великими техногенними ризиками та негативними екологічними наслідками: вибухи та горіння природного газу із виділенням великої кількості метану (парникового газу), оксидів вуглецю чи азоту, різноманітних кислот, а також можливі вигорання лісів, степів, посівів на сотнях гектарів; розлиття нафти (нафтопродуктів) і

пошкодження родючих земель, проникання в ґрунти, самозаймання, що супроводжуються виділенням великої кількості тепла.

Наприклад, маса викиду природного газу в разі аварій на магістральному газопроводі може перевищити 1100 т. Аварійний викид газу на одному магістральному газопроводі може викликати пошкодження сусідніх газопроводів внаслідок вибухової хвилі [14]. Тому при визначенні найбільш якісного інструменту державної політики як одного з важливих елементів розробки загального пакету кліматичної політики для досягнення ефективного бюджетування в нафтогазовій галузі, слід проводити вуглецеве ціноутворення базуючись на економічній та екологічній оцінці техногенних ризиків так як жоден із наявних інструментів вуглецевого ціноутворення у світі не встановлює ціну на такому рівні, який би забезпечив скорочення глобальних викидів парникових газів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Зважаючи на такі детермінанти процесу декарбонізації як відновлювальні джерела енергії, обмеження видобутку корисних копалин, відмова від вугільної генерації, вловлювання, використання та зберігання діоксиду вуглецю та водневу енергетику слід змінити підходи до формування вуглецевого податку, уникнувши його відповідності потенційним витратам на ліквідацію емітованих викидів. Тому з метою підвищення енергоефективності держави та зміцнення її енергетичної безпеки, ми запропонуємо в подальших наших дослідженнях авторську методику вуглецевого ціноутворення для нафтогазових підприємств з урахуванням вищезазначених чинників.

Література

1. Все про «Бюджетний процес» для місцевих бюджетів. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9310>.
2. Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку : монографія / за ред. Кравціва В. С., Сторонянської І. З. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України, 2020. 531 с.
3. Бюджетний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>.
4. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-D0%B2%D1%80#Text>.
5. Лисяк Л.В., Дулік Т.О. Принципи бюджетної системи у контексті нового бюджетного кодексу України. Вісник економічної науки України. 2011. № 1. С. 74–79.
6. Гораль Л. Т. Якубишин О. П., Хвостіна І. М., Степ'юк М. Д. Техніко-економічні детермінанти впливу на розподіл природного газу. Надрокористування в Україні. *Перспективи інвестування: матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції* (2021 р., м. Львів). Том 2. Київ : ДКЗ, 2021. С. 27-30. URL: https://www.dkz.gov.ua/files/2021_materials_vol_2_net.pdf.
7. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Екологічний податок у 2020 році: викиди в атмосферне повітря двоокису вуглецю. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <https://zp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/print-409040.html>.
9. The International Carbon Action Partnership (ICAP). URL: <https://icapcarbonaction.com/>.
10. Carbon Pricing Dashboard. URL: https://carbonpricingdashboard.worldbank.org/map_data.
11. Пропозиції щодо розвитку інструментів вуглецевого ціноутворення в Україні. Партнерство заради ринкової готовності в Україні (PMR), 2019. URL: https://mepr.gov.ua/files/docs/Zmina_klimaty.pdf.
12. Савчук Т. В., Костюк У. З. Аналіз впливу нафтогазовидобувних підприємств на навколишнє середовище. *Нафтогазова енергетика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, 2021. URL: <https://nung.edu.ua/sites/default/files/2021-12/>.
13. Статистичні збірники. Україна -2016, 2017, 2018, 2019, 2020. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.
14. Бабаджанова О. Ф., Павлюк Ю. Е., Сукач Ю. Г. Фактори, що обумовлюють пожежну небезпеку лінійної частини магістрального газопроводу. Пожежна безпека. 2011. № 18. С. 27–34.

References

1. Vse pro «Biudzhetni protsesy» dlia mistsevykh biudzhetyv. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9310>.
2. Terytorialni hromady v umovakh detsentralizatsii: ryzyky ta mekhanizmy rozvytku : monohrafiya / za red. Kravtsiva V. S., Storonianskoi I. Z. Lviv : DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy, 2020. 531 s.
3. Biudzhetni kodeks Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>.
4. Konstytutsiia Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-D0%B2%D1%80#Text>.
5. Lysiak L.V., Dulik T.O. Pryntsyepy biudzhetnoi systemy u konteksti novoho biudzhetnoho kodeksu Ukrainy. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. 2011. № 1. S. 74–79.
6. Horal L. T. Yakubishyn O. P., Khvostina I. M., Stepiuk M. D. Tekhniko-ekonomichni determinanty vplyvu na rozpodil pryrodnoho hazu. Nadrokorystuvannia v Ukraini. *Perspektyvy investuvannia: materialy VII mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii* (2021 r., m. Lviv). Tom 2. Kyiv : DKZ, 2021. S. 27-30. URL: https://www.dkz.gov.ua/files/2021_materials_vol_2_net.pdf.
7. Podatkovyi kodeks Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Ekolohichni podatok u 2020 rotsi: vykydy v atmosferne povitria dvookysu vuhletsiu. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy. URL: <https://zp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/print-409040.html>.

-
9. The International Carbon Action Partnership (ICAP). URL: <https://icapcarbonaction.com/>.
 10. Carbon Pricing Dashboard. URL: https://carbonpricingdashboard.worldbank.org/map_data.
 11. Propozytzii shchodo rozvytku instrumentiv vuhletsevoho tsinoutvorennia v Ukraini. Partnerstvo zarady rynkovoї hotovnosti v Ukraini (PMR), 2019. URL: https://mepr.gov.ua/files/docs/Zmina_klimaty.pdf.
 12. Savchuk T. V., Kostiuk U. Z. Analiz vplyvu naftohazovydobuvnykh pidpriemstv na navkolyshnie seredovyshe. Naftohazova enerhetyka: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 2021. URL: <https://nung.edu.ua/sites/default/files/2021-12/>.
 13. Statystychni zbirnyky. Ukraina -2016, 2017, 2018, 2019, 2020. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.
 14. Babadzhanova O. F., Pavliuk Yu. E., Sukach Yu. H. Faktory, shcho obumovliuiut pozhezhnu nebezpeku liniinoi chastyny mahistralnoho hazoprovodu. Pozhezhna bezpeka. 2011. № 18. S. 27–34.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-40>

УДК 338.246:621.577

Ірина ФАДЕЄВА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

<https://orcid.org/0000-0002-6978-1621>

i.fadyeyeva@gmail.com

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВИБОРУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ ВИКИДІВ ПАРНИКОВИХ ГАЗІВ У НАФТОГАЗОВІЙ ГАЛУЗІ

Розвиток сучасних підходів до вибору та комплексного оцінювання ефективності заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі є актуальною науковою проблемою, яка потребує розробки та впровадження прогресивних методів, особливо сьогодні, коли кліматичні зміни стали однією з найсерйозніших світових екологічних і економічних проблем. Зміни глобального клімату обумовлені постійним зростанням викидів парникових газів в атмосферу, що супроводжується збільшенням кількості природних катастроф, та, як наслідок, масштабів економічних втрат. Обґрунтовано вид цільової функції для оцінювання і вибору варіантів реалізації природоохоронних заходів як мінімізації питомих втрат, що приведені до одиниці скорочених викидів парникових газів. Вона враховує виробничі, технологічні, екологічні і соціальні обмеження і дозволяє обрати той варіант, який забезпечує максимальне скорочення викидів парникових газів у нафтогазовій галузі за мінімальних витрат. Розроблено еколого-економічний механізм, що дає змогу обґрунтовано здійснити вибір заходів щодо зниження викидів парникових газів з урахуванням усіх чинників, здійснити оцінювання варіантів їх реалізації при здійсненні природоохоронної діяльності на підприємствах нафтогазової галузі.

Ключові слова: ефективність, економічні втрати, еколого-економічний механізм, викиди парникових газів, заходи зі зниження викидів.

Iryna FADYEYeva

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,

ECOLOGICAL AND ECONOMIC MECHANISM OF SELECTION AND EVALUATION OF EFFICIENCY OF MEASURES TO REDUCE GREENHOUSE GAS EMISSIONS IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

The problem of reducing greenhouse gas emissions is global in nature and requires not only the joint efforts of all countries, but also the use of effective mechanisms to address it. Greenhouse gas emissions from the oil and gas industry are a negative phenomenon associated with the extraction, storage, processing, transportation of hydrocarbons. They have a negative impact on the environment and the safety of human life.

The development of modern approaches to the selection and comprehensive evaluation of the effectiveness of measures to reduce greenhouse gas emissions in the oil and gas industry is an urgent scientific problem that requires the development and implementation of advanced methods, especially today, when climate change has become one of the world's major environmental and economic problems. Global climate change is driven by a steady increase in greenhouse gas emissions, accompanied by an increase in the number of natural disasters and, as a result, the scale of economic losses. The type of target function for the assessment and selection of options for the implementation of environmental measures as a minimization of specific losses reduced to the unit of reduced greenhouse gas emissions is substantiated. It takes into account production, technological, environmental and social constraints and allows you to choose the option that provides the maximum reduction of greenhouse gas emissions in the oil and gas industry at minimum cost. An ecological and economic mechanism has been developed, which allows to reasonably choose measures to reduce greenhouse gas emissions taking into account all factors, to assess options for their implementation in the implementation of environmental activities in the oil and gas industry.

Key words: efficiency, economic losses, ecological and economic mechanism, greenhouse gas emissions, emission reduction measures.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Проблема зниження викидів парникових газів має глобальний характер і потребує не тільки спільних зусиль усіх країн світу, але й використання ефективних механізмів для її вирішення. Викиди парникових газів у нафтогазовій промисловості є негативним явищем, що пов'язане з видобуванням, зберіганням, переробкою, транспортуванням вуглеводнів. Вони негативно впливають на довкілля і безпеку життєдіяльності людини.

Збільшення обсягів видобування нафти і газу без технічного переоснащення галузі може призвести до загострення даної проблеми і погіршення екологічних умов. Сьогодні погіршення екологічних умов повною мірою визначається незадовільним станом основних виробничих фондів нафтогазової галузі та інших базових галузей промисловості: енергетичної, металургійної та хімічної тощо. Отже природоохоронна діяльність нафтогазових компаній, яка орієнтована на вибір заходів щодо зниження викидів парникових газів, дозволить отримати найбільше скорочення парникових викидів при обмеженості фінансових ресурсів. Метою цих заходів мають бути скорочення еколого-економічних збитків на рівні нафтогазової галузі та окремих підприємств, а відтак, і покращення у перспективі фінансового стану та

інвестиційних можливостей відповідних підприємств в контексті залучення внутрішніх та зовнішніх фінансових ресурсів. Отже, розробка еколого-економічного механізму вибору та оцінювання варіантів проведення заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі при одночасному економічному розвитку галузі є актуальною науковою проблемою.

Аналіз досліджень та публікацій

Проблеми зниження викидів парникових газів та їх впливу на глобальний клімат знаходяться у центрі уваги багатьох відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, а також відображаються у документах ООН в рамках міжурядової комісії по зміні клімату [1]. Успіхи, досягнуті у розумінні змін глобального клімату дозволяють комісії оцінювати їх передбачуваність і використовувати можливості прогнозування для розробки стратегічних заходів щодо адаптації до цих змін і пом'якшення їх негативних наслідків. Ці заходи допомагають реагувати на наслідки кліматичних коливань у всіх основних соціальних сферах і секторах економіки.

Сьогодні існує більше 15 різних моделей [2] загальної циркуляції атмосфери і океану, які при однакових сценаріях викидів парникових газів дають приблизно однакові результати. У ці моделі закладені усі природні і антропогенні фактори, які відомі науці, у тому числі і викиди парникових газів [3].

Найбільш ефективною вважається модель PAGE 2002 (Policy Analysis of the Greenhouse Effect 2002) [4]. Вона дозволяє розрахувати сукупні збитки не тільки для світової економіки, але й для економік окремих країн та регіонів залежно від різних сценаріїв зміни клімату, які відповідають певному рівню концентрації парникових газів. В якості міри економічних збитків у моделі використано відносний показник щорічних втрат у відсотках від світового ВВП, у разі якщо мова йде про глобальні збитки, або ВВП країни, якщо визначаються локальні оцінки. Оцінювання збитків здійснюється за трьома напрямками:

- вплив на ринки (Market impacts);
- позаринкові впливи (Non-Market impacts);
- соціально обумовлені втрати, що викликані форс-мажорними подіями соціального характеру.

Перший напрям моделює можливі негативні впливи змін клімату на традиційні ринки – енергетику, лісове і сільське господарство та ін. Збитки оцінюються через показники скорочення відповідних секторів у діючих ринкових цінах.

Другий напрям дозволяє оцінити збитки, нанесені довкіллю (скорочення біорізноманітності) і здоров'ю населення (зростання смертності). Для цього використовують непрямі економічні чинники, такі як вартість людського життя і ціна вимирання біологічного виду.

Третій напрям моделює можливі економічні втрати, пов'язані з масовою міграцією населення, розвитком міжнародних конфліктів та іншими соціальними реакціями на руйнацію звичного укладу життя внаслідок зміни клімату.

Об'єднання цих трьох видів можливих економічних втрат від зміни клімату дозволило [4] зробити висновок, що у разі несприятливого розвитку подій рівень життя населення може знизитися протягом наступних 20 років на 20% порівняно з сьогоднішнім.

Отже, розрахунки на основі моделі PAGE 2002 наочно підтверджують, що зміни клімату вимагають впровадження спеціальних заходів з метою обмеження і скорочення викидів парникових газів, а також адаптації економіки до тих змін, уникнути яких вже за будь-яких умов не вдасться.

Автори роботи [5] констатують, що світова емісія CO₂ збільшується щороку і на даний час досягла 33 млрд тонн головним чином за рахунок спалювання викопного палива. Якщо не застосувати спеціальні заходи щодо зниження викидів, то їх зростання може набути загрозливого характеру і тоді ймовірним буде підвищення температури не на безпечні 2-3°C до 2050 року, а на 5-6°C і більше, що здатне викликати катастрофічні наслідки всесвітнього масштабу. Адаптація до змін глобального клімату при збереженні стійкого розвитку економіки вимагає вірогідного прогнозування змін у регіональних умовах, особливо під впливом промислових підприємств нафтогазової галузі, які несуть потенційну небезпеку для навколишнього середовища, зокрема з точки зору можливого забруднення повітряного басейну розміщених поблизу них територій.

У науковій літературі [6] зазначається, що більшість виробництв нафтогазової промисловості України під час проведення технологічних операцій передбачає утилізацію некондиційних газів шляхом їх спалювання на факельних установках. Це дає змогу попередити безпосереднє надходження токсичних і горючих газоподібних вуглеводнів у атмосферу робочої зони та виконати вимоги щодо дотримання норм пожежо-вибухобезпеки виробничих процесів. Однак, попри простоту конструкції факельних установок, їх експлуатація не виключає ризику виникнення аварій. Крім того, у результаті спалювання некондиційних газів в атмосферне повітря надходять значні обсяги шкідливих речовин, зокрема оксиди вуглецю та азоту, а у випадку неможливості організації ефективного згоряння ще й метан та сажа. У зв'язку з цим виникає необхідність виявлення характеру розсіювання забруднюючих речовин у атмосферному повітрі, що, у свою чергу, залежить від багатьох чинників: фізико-хімічних властивостей забруднюючих речовин викиду, джерела забруднення, метеорологічних умов, характеристики місцевості та ін. На сьогоднішній день у

практиці існує велика кількість моделей [6–10 та ін.], які достатньо адекватно описують процеси розсіювання шкідливих домішок від промислових джерел у атмосферному повітрі, а саме:

- AERMOD AERMIC (American Meteorological Society (AMS)/United States Environmental Protection Agency (EPA), яка включає модулі розрахунку розсіювання забруднюючих речовин від стаціонарних промислових джерел на віддалі до 50 км, метеорологічний підпроцесор ATRMET та модуль рельєфу AERMAP;

- GASTAR (Великобританія) – спеціалізована модель для розрахунку аварійних викидів токсичних та вогнебезпечних газів, важчих за повітря. Можливий розрахунок миттєвих та тривалих викидів;

- ADMS-Screen (Великобританія) – модель для швидкої попередньої оцінки якості повітря в районі розташування димових труб. Дана модель є комбінацією алгоритмів моделі ADMS зі зручним інтерфейсом, що вимагає введення мінімальної кількості даних. За допомогою даної моделі встановлюють необхідність проведення подальших розрахунків розсіювання;

- ONM9440 (Австрія) – гауссівська модель для розрахунку тривалих викидів тільки від стаціонарних джерел;

- GRAL (Австрія) – модель Лагранжа, яка дозволяє розраховувати дисперсію від точкових та лінійних джерел;

- SEVEX (Бельгія) – спеціалізована модель для розрахунку аварійних викидів токсичних і займистих речовин від димових труб або випаровування рідини. Назва моделі походить від назви міста Seveso, у якому в 1976 р. відбувся аварійний викид дуже токсичних газів;

- PLUME (Institute of Geophysics Bulgarian Academy of Sciences) – модель факела від джерела, яка базується на гауссівському розподілі;

- EK100W ATMOTERM Ltd (Польща) – тривимірна гаусова модель для розрахунку розсіювання від промислових та міських джерел;

Огляд літературних джерел [1–10 та ін.] показав що проблеми моделювання розсіювання забруднюючих речовин в атмосферному повітрі залишаються достатньо актуальними для нашої країни. Враховуючи, що точність результатів розрахунку концентрацій токсичних домішок у випадку постійного чи аварійного викиду суттєво впливає на правильність вибору, можливість застосування та ефективність використання необхідних природоохоронних заходів, спрямованих на зниження техногенного навантаження на навколишнє середовище та покращення екологічної ситуації в країні, існує необхідність у подальшій роботі над розробленням нових та удосконаленням існуючих методів моделювання процесів розповсюдження забруднення в атмосферному повітрі.

Реалізація еколого-економічної діяльності щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі потребує значних витрат. Водночас здійснення комплексу заходів екологічної і спрямованості у різних сферах виробничої та управлінської діяльності здатне створювати умови для накопичення у певних обсягах фінансових ресурсів за рахунок зменшення еколого-економічних збитків, втрат тощо [11]. Тому автори [11] стверджують, що екологічна діяльність має певний інвестиційний потенціал, рівень якого слід визначати з урахуванням як власне інвестиційного ефекту окремих рішень, так і з урахуванням їхнього взаємного інформаційного, організаційного та ресурсного впливу. На жаль, Україна залишається на периферії світових інвестиційних потоків.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є підвищення ефективності здійснення природоохоронної діяльності у нафтогазовій галузі на основі застосування еколого-економічного механізму оцінки і вибору варіантів проведення комплексу заходів щодо зниження викидів парникових газів. Об'єктом дослідження є процеси утворення парникових газів на підприємствах нафтогазової галузі. Предметом дослідження є еколого-економічні взаємозв'язки, що обумовлюють прийняття рішень щодо вибору варіантів проведення комплексу заходів у напрямку зниження викидів парникових газів на підприємствах нафтогазової галузі.

Виклад основного матеріалу

Погіршенню екологічної ситуації у районах розміщення промислових підприємств нафтогазової галузі, які є емітентами парникових газів, сприяє ряд чинників, основними з яких є:

- фізичний знос і моральне старіння як основного технологічного, так і природоохоронного обладнання;

- недосконалість природоохоронного законодавства України, системи штрафів за забруднення довкілля, відсутність ефективних економічних методів і механізмів управління і оцінювання ефективності заходів щодо зменшення викидів парникових газів;

- низький рівень інвестицій екологічної спрямованості;

- недостатні обсяги фінансування наукових досліджень у сферу скорочення еколого-економічних збитків на рівні нафтогазової галузі, незатребуваність наявних науково-технічних розробок та відсутність механізмів впровадження їх у виробництво.

У зв'язку з цим велике значення має проведення комплексу заходів щодо зниження рівня викидів парникових газів, оскільки це сприятиме формуванню стратегії промислових підприємств нафтогазової галузі щодо регулювання їх рівня викидів і одночасного створення необхідних передумов для інвестування стабілізаційних заходів екологічного спрямування (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація стабілізаційних заходів екологічного спрямування

*Джерело: складено автором на основі [11]

Метою цих заходів є скорочення еколого-економічних збитків як на державному рівні, так і на рівні галузей та окремих підприємств та регіонів. Як результат, емітент парникових газів у перспективі може очікувати покращення фінансового стану та інвестиційних можливостей. На рівні нафтогазової галузі такими заходами можуть бути:

- а) збільшення частки природного газу у паливному балансі за рахунок збільшення видобутку власного газу на шельфі Чорного моря і суходолі і зменшення частки рідкого палива;
- б) впровадження нового ефективного та екологічно чистого обладнання і сучасних систем очищення димових газів і викидів промислового автотранспорту;
- в) виведення з балансу застарілого та малоєфективного і екологічно “брудного” обладнання;
- г) створення високоефективного енергетичного обладнання з підвищеним на 10-15% ККД;
- д) зменшення викидів небезпечних речовин діючими об'єктами за рахунок удосконалення основного технологічного обладнання та природоохоронного обладнання;
- е) використання на діючих об'єктах проектного палива з прийнятним для відповідного обладнання характеристиками;
- ж) підтримання прийнятного технічного стану діючого обладнання за рахунок досконалої організації технічного обслуговування та забезпечення необхідним обладнанням та запчастинами;
- з) оптимізація режимів роботи обладнання з урахуванням вимоги до його екологічності;
- і) створення умов для накопичення підприємствами власних коштів у розмірі, достатньому для реалізації заходів передбачених напрямками (б, в, д, е);
- к) утилізація некондиційних газів шляхом їх спалювання на факельних установках;
- л) профілактика, гасіння пожежі і наступна рекультивация забрудненої промислової території;
- м) благоустрій промислових територій шляхом раціонального розташування об'єктів підприємства і захисних лісонасаджень [11].

На загальнодержавному рівні відомі стабілізаційні заходи екологічного спрямування, які наведені у таблиці 1, ми пропонуємо доповнити додатковими заходами наведеними у таблиці 2.

Таблиця 1

Заходи екологічного спрямування загальнодержавного рівня

№	Стабілізаційні заходи екологічного спрямування
1	Створення підсистем еколого-економічного моніторингу
2	Створення бюджетних та позабюджетних стабілізаційних фондів для підтримки виробників екологобезпечного обладнання та забезпечення прийнятної якості палива
3	Створення стабілізаційних фондів, призначених для відшкодування негативних екологічних наслідків роботи екологічно недосконалого обладнання

*Джерело: складено автором на основі [11]

Таблиця 2

Додаткові заходи екологічного спрямування загальнодержавного рівня

№	Додаткові стабілізаційні заходи екологічного спрямування
1	Відхід від старих “брудних” енергоресурсів і перехід до виробництва водню
2	Реалізація процесу декарбонізації шляхом переходу до “зелених” енергоресурсів - сонячних, вітряних, геотермальних, гідроаккумуляючих електростанцій, а також використання енергії термоядерних реакцій

*Джерело: авторська розробка

Під час вирішення задачі вибору та оцінювання комплексу реабілітаційних заходів щодо зниження навантаження на атмосферу в результаті викидів парникових газів підприємствам нафтогазової галузі необхідно враховувати не тільки технічну складову, але й економічні, соціальні та екологічні чинники окремих виробництв, а також особливості екологічної ситуації у регіоні, що може створити синергетичний ефект.

Економічними факторами є собівартість проведення комплексу заходів, наявність необхідних фінансових ресурсів, ефект від впровадження заходів, загальна сума платежів за викиди шкідливих речовин і забруднення оточуючого природного середовища. Соціальними факторами є чисельність населення у зоні негативного впливу підприємства, його віддаленість від центра населеного пункту, рівень безпеки праці.

Ця задача може бути віднесена до класу інформаційно-пошукових задач, що вирішуються на основі обмежень і правил типу

Rule: Якщо... То... Інакше...

Вона представляється кортежем

$$\langle \text{Factorset}, \text{Limitset}, \text{Ruleset} \rangle, \quad (1)$$

де $\text{Factorset} = \{\text{Factor}_i\}$, $i=1, \dots, n$ – множина факторів,

$\text{Limitset} = \{\text{Limit}_i\}$, $i=1, \dots, k$ – множина обмежень (виробничих, технологічних, економічних, екологічних, соціальних), які обмежують значення, що можуть приймати фактори,

$\text{Ruleset} = \{\text{Rule}_i\}$, $i=1, \dots, r$ – сукупність правил,

set – набір, комплект.

Для вирішення такої задачі потрібен еколого-економічний механізм вибору та оцінювання ефективності заходів щодо зниження викидів парникових газів, тобто алгоритм операції управління процесом прийняття рішень на основі обмежень. Оскільки запобіжні заходи розрізняються за видом і змістом робіт, використаної техніки і обладнання, а також необхідних матеріалів, то за допомогою еколого-економічного механізму необхідно обрати той варіант, який забезпечить максимальне скорочення викидів парникових газів за мінімальних витрат. У зв'язку з цим доцільно при еколого-економічному оцінюванні і виборі варіантів природоохоронних заходів використовувати цільову функцію I , що оснований на мінімізації питомих витрат, які зведені до одиниці скорочених викидів парникових газів:

$$I = \frac{\text{price}K^* - \text{Income}}{\text{Abstgas}} \rightarrow \min, \quad (2)$$

де $\text{price}K^*$ – вартість комплексу заходів K^* з попередження викидів парникових газів, що обчислюється як сума вартості усіх k_i прийнятих заходів:

комплекс заходів

$$K^* = \langle k_1, k_2, \dots, k_i, \dots, k_n \rangle; k_i \in K^*; i = \overline{1, n};$$

$$\text{price}K^* = \sum_1^i \text{price}k_i;$$

необхідним є максимально повне врахування витрат;

Income – дохід підприємства від реалізації комплексу прийнятих заходів щодо попередження викидів парникових газів;

Abstgas – одиниці зменшення викидів парникових газів від джерел відповідних об'єктів нафтогазової галузі.

З метою максимального врахування економічних, екологічних, соціальних і технологічних особливостей проведення заходів щодо зниження викидів парникових газів необхідно врахувати наступні початкові умови і обмеження.

Відомо:

- геоінформаційних контекст $\text{Geo} = \langle g_1, g_2, \dots, g_k \rangle; g_i \in \text{Geo}; i = \overline{1, k};$

- набір характеристик навколишнього середовища, що не змінюються з часом;

- множина можливих ситуацій

$\text{Type Sit} = \langle \text{type sit}_1, \text{type sit}_2, \dots, \text{type sit}_u \rangle; \text{type sit}_i \in \text{Type Sit}; i = \overline{1, u};$

- множина обмежень $\text{Limit} = \text{Lset};$

- поточна ситуація $\text{Sit}_i = \langle \{x_1\}, \{x_2\}, \dots, \{x_n\} \rangle$ – множина рядів числових характеристик x_i

поточного стану навколишнього середовища;

- база знань щодо раніше прийнятих аналогічних рішень

$$B = \langle b_1, b_2, \dots, b_m \rangle; b_i = \langle g_i, sit_i, k_i, L_i, P_i \rangle; \quad (3)$$

де sit_i – конкретна ситуація;

g_i – характеристика навколишнього середовища;

k_i – вжиті заходи;

L_i – втрати;

P_i – вартість вжитих заходів.

- достатність фінансових ресурсів, що надходять із певного джерела фінансування для проведення i -го заходу щодо зниження викидів парникових газів;
- існує можливість проведення конкретних заходів щодо зниження викидів парникових газів у заданих технологічних умовах;
- вплив зменшення обсягів видобутку вуглеводнів на скорочення викидів парникових газів відсутній;
- соціальна умова щодо не зниження соціального ефекту, що виникає, виконується.

Результатом проведення заходів у вигляді розроблених правил $Rules_i$ щодо зниження викидів вважатимемо:

- комплекс вжитих заходів $K^* = \langle k_1, k_2, \dots, k_n \rangle$,

- вартість комплексу проведених заходів $priceK^*$,

- економічний ефект від впровадження заходів $Econ_{eff}$.

Економічний ефект від впровадження заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі пропонуємо оцінювати за формулою

$$Econ_{eff} = Income - priceK^*. \quad (4)$$

Поняття вартості комплексу проведених заходів $priceK^*$ повинно мати грошову оцінку можливо більш широкого переліку їх наслідків, незалежно від місця і часу їх проявлення. Також необхідним є більш повне врахування усіх витрат, пов'язаних з комплексом заходів $priceK^*$.

Найбільше відповідає цій вимозі критерій чистого дисконтованого доходу (NPV), якщо розрахунок проводиться за достатньо тривалий період обліку витрат і наслідків [14].

Якщо проводяться достатньо прості заходи оперативного характеру щодо зниження викидів парникових газів, то допускається використання спрощених модифікацій критерію (2), які не змінюють його суті.

Слід зазначити, що сутність поняття «ефект», $income$, $priceK^*$ різна для таких учасників інвестиційних заходів як держава, регіон, галузь, підприємство і інвестор, оскільки їх інтереси не завжди співпадають. Тому розрахунки ефективності конкретних заходів для кожного з цих учасників слід проводити окремо з урахуванням наступних особливостей:

- Визначення результатів $Income$ природоохоронної діяльності у грошовому еквіваленті є дуже складною задачею, оскільки ця діяльність здійснюється не з метою отримання прибутку (хоча і це можливо), а для покращення якості життя або недопущення його погіршення. Це з великими труднощами піддається чіткому чисельному оцінюванню. Тому у формулі (4) визначення $Income$ є досить проблематичним, оскільки головні ефекти не вимірюються у грошовій формі, а є частиною зменшення емісії парникових газів від об'єктів нафтогазової галузі. Також цей чинник характеризується високим ступенем невизначеності отримання грошових компенсацій за певні заходи у зв'язку з недосконалістю економічних механізмів Кіотського протоколу до Рамочної Конвенції ООН щодо змін клімату, який не враховує комплекс факторів, що впливають, і можливі ефекти. Проте прогнозні значення доходів підприємства від скорочення викидів є деяким стимулятором для проведення природоохоронної діяльності за критерієм навантаження на атмосферу парниковими газами. Цей критерій краще відображає вектор природоохоронних інвестицій, дозволяючи провести їх розподіл найбільш ефективно за умов обмеженості грошових ресурсів.

- Великі труднощі виникають внаслідок дефіциту надійної інформації і слабого уявлення людей про закони природи. Перш за все це стосується наших уявлень щодо ресурсів земних надр (нафти і газу), коли точне уявлення про них формується лише у ході експлуатації конкретного родовища.

- При визначенні ефективності заходів щодо зниження викидів парникових газів велике значення мають оцінки надійності рішень, що приймаються, і пов'язаних з ними ризиків.

- Різні і неоднозначні результати заходів щодо зниження викидів парникових газів не можуть бути виражені у єдиних одиницях вимірювання. Більше того, природні об'єкти надзвичайно складно взаємодіють один з одним. Спрямовуючи певні заходи на один об'єкт, ми одночасно впливаємо на

ланцюжок інших об'єктів, іноді негативно для них. При цьому значно ускладнюється розрахунок ефективності даного заходу.

- Взаємодія об'єктів природного середовища і їх зміни відбуваються повільніше ніж життя людини, тому як позитивні, так і негативні результати конкретних заходів щодо зниження викидів парникових газів проявляються у повній мірі через багато років після того як ці заходи були здійснені. Отже, правильно оцінити баланс усіх наслідків можна лише з позицій досить далекої перспективи, що сильно ускладнює розрахунки і потребує чіткого розкриття механізму природних взаємодій. Тому обмежуватися розрахунками ефективності заходів на найближчі рік-два недоцільно.

Здійснення заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі характеризується витратами, необхідними на проведення цих заходів, економічними, соціальними та екологічними ефектами від зменшення навантаження на атмосферу, а також певними обсягами скорочення викидів парникових газів. Слід зазначити, що витрати на проведення заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі різні залежно від напряму природоохоронної діяльності. Кожний захід складається із сукупності процесів, які характеризуються своїми цільовими призначеннями. Для кожного з них визначаються вихідні дані згідно технічних розрахунків і обсягу робіт, число одиниць обладнання, його продуктивність, тривалість його роботи та ін., а також вартісні індикатори - витрати на одиницю робіт або обладнання.

Загальний соціальний ефект $E_{соц}$ від проведення заходів щодо зниження викидів парникових газів для підприємства пов'язаний зі скороченням захворюваності його працівників у зв'язку з покращення умов праці і більш корисних для здоров'я обставин. Він може бути визначений за формулою:

$$E_{соц} = E_{чп} + E_{сс} + E_{зд}, \text{ грн./рік} \quad (4)$$

де $E_{чп}$ – ефект від приросту нормативно чистої продукції, обумовлений скороченням соціальних втрат суспільства у зв'язку з захворюваністю і плінністю кадрів внаслідок несприятливих умов праці, грн/рік;

$E_{сс}$ – ефект від скорочення суми виплат з фондів соціального страхування у зв'язку зі скороченням захворюваності внаслідок несприятливих умов праці, грн/рік;

$E_{зд}$ – ефект від економії бюджетних коштів на охорону здоров'я у зв'язку зі зниженням необхідності госпіталізації і обслуговування працівників у поліклініках у зв'язку зі скороченням захворюваності внаслідок несприятливих умов праці, грн/рік.

Що стосується екологічного ефекту від проведення заходів щодо зниження викидів парникових газів, то він характеризується усуненням еколого-економічних збитків від забруднення довкілля і є оцінкою у грошовій формі негативних наслідків впливу викидів парникових газів на оточуюче природне середовище, якого вдалося уникнути внаслідок проведення заходів і визначається як еколого-економічні збитки, що виникли внаслідок забруднення атмосфери. Для розрахунків збитків від забруднення повітря, поверхні водойм і земель існують стандартні методики.

Економічний ефект, залежно від заходів щодо зниження викидів парникових газів, характеризується доходами від використання попутного газу, покращенням економічних показників роботи підприємства, зростанням цінності землі, заміною обладнання, економією енергоресурсів та ін.

Для оцінки і вибору заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі на основі [11, 12, 14] нами сформовано еколого-економічний механізм, який дозволяє із множини варіантів обрати найбільш ефективний. Процедура роботи цього механізму наведена на рисунку 2.

Спочатку здійснюється ідентифікація і комплексний аналіз джерел викидів парникових газів на нафтогазовому підприємстві з урахуванням поточного геоінформаційного контексту та формування варіантів проведення комплексу заходів щодо зниження викидів парникових газів. Це профілактика, гасіння пожеж, рекультивация землі та забруднених територій, очищення димових газів і викидів внутрішньо промислового транспорту, утилізація попутного газу, благоустрій території підприємства шляхом раціонального розташування об'єктів підприємства і захисних насаджень. Аналіз джерел викидів парникових газів на нафтогазовому підприємстві передбачає їх кількісну оцінку і ранжування за обсягами викидів з урахуванням етапу життєвого циклу підприємства. Підбір можливих природоохоронних заходів, реалізація яких дозволить отримати скорочення викидів, здійснюється залежно від типу об'єктів підприємства (свердловини, резервуари, сепараційні установки, кушові насосні станції, газобензиновий завод, компресорні станції, газорозподільні установки, установки осушування газу та інші), кількості джерел викидів парникових газів і їх кількісної оцінки. Для кожного об'єкта набір множини варіантів проведення заходів буде різний. На цьому етапі важливо забезпечити повноцінний аналіз елементів, що розглядаються, та їх характеристик.

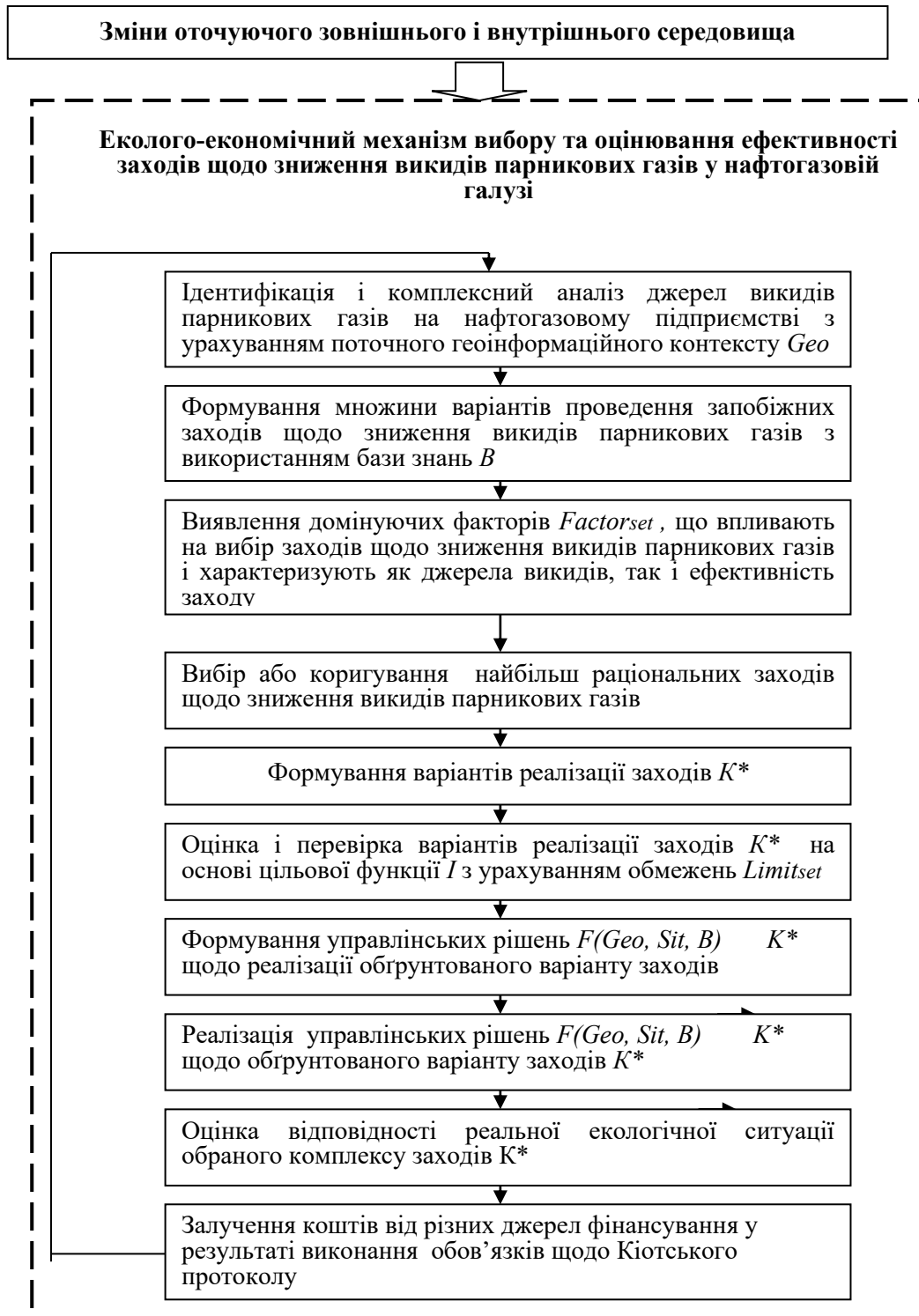


Рис 2. Еколого-економічний механізм вибору та оцінювання ефективності заходів щодо зниження викидів парникових газів у нафтогазовій галузі

*Джерело: сформовано автором

На другому етапі виявляються домінуючі фактори із множини факторів $Factorset = \{Factor_i\}$, що впливають на вибір заходів щодо зниження викидів парникових газів на підприємстві і характеризують як джерело викидів, так і ефективність заходу. На основі даних отриманих на першому етапі підприємство розглядається з метою визначення для нього вагових значень факторів, які характеризують джерела викидів парникових газів. Оскільки вагова характеристика кожного фактора розподілена пропорційно можливості реалізації заходу щодо зниження викидів парникових газів, то їх вибір найбільш повно відображає важливість кожного для конкретного підприємства.

На третьому етапі формуються варіанти реалізації запланованих заходів щодо зниження викидів парникових газів. Враховуючи невизначеність і різноманітність якісних факторів, що не піддаються вимірюванню, доцільно використовувати методи групових експертних оцінок.

Далі визначаються варіанти реалізації раціональних заходів щодо зниження викидів парникових газів, здійснюється їх оцінка на основі економіко-математичної моделі з врахуванням ряду обмежень: виробничих, технологічних, економічних, екологічних і соціальних $Limitset = \{Limit_i\}$.

Найкращий варіант, який забезпечує найбільше скорочення викидів парникових газів, визначається шляхом виявлення мінімального значення цільової функції (1). Отже, визначається собівартість виконання різних варіантів заходів щодо зниження викидів парникових газів з врахуванням можливих ефектів в умовах нафтогазових підприємств.

На завершальному етапі здійснюється реалізація заходів щодо зниження викидів парникових газів і залучення грошових коштів від різноманітних джерел фінансування внаслідок виконання обов'язків по Кіотському протоколу. Очікується, що після виконання певних заходів спостерігатиметься скорочення викидів парникових газів.

Формується кортеж $\langle Sit, K^* \rangle$, що містить у собі вже адаптовані заходи та зберігається у базі знань для покращення та зниження часу прийняття рішень у аналогічних ситуаціях.

Це є підставою для отримання грошових коштів від продажу квот або від реалізації інших механізмів Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції ООН щодо змін клімату. Отримані грошові надходження можна використати на інші менш ефективні заходи щодо зменшення викидів парникових газів і продовжувати скорочувати їх. У подальшому буде можливим повторення цього циклу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

1. Нами встановлено, що антропогенна складова кліматичних змін, як багатофакторного явища, у значній мірі визначається незадовільним станом основних виробничих фондів нафтогазової галузі та енергомісткими технологіями, що генерують парниковий ефект і погіршують якість навколишнього середовища загалом. У зв'язку з цим проблема створення екологічно чистих технологій стає першорядною при плануванні економічного зростання в Україні. При плануванні розвитку економіки України необхідним і першочерговим стає створення умов для видобування власного природного газу і виробництва водню з метою обмеження і скорочення викидів парникових газів, а також розробка заходів щодо адаптації економіки України до змін клімату. Для активізації таких напрямків залучення зовнішнього фінансування процесу декарбонізації як гранти, благодійництво, прями і портфельні інвестиції, консультаційні послуги, інвестиційні кредити, соціальні інвестиції в Україні необхідно створити умови для захисту і чіткого визначення прав власності, розвитку фондового ринку, а також лібералізації податкового законодавства.

2. Запропоновано еколого-економічний механізм вибору та оцінювання раціонального варіанту реалізації заходів щодо зниження об'єктами нафтогазової галузі викидів в атмосферу діоксиду вуглецю (CO₂) та інших газів, що створюють парниковий ефект. Механізм враховує виробничі, технологічні, економічні, екологічні і соціальні обмеження і дає змогу оцінити множину заходів з використанням запропонованої цільової функції та обрати той з них, який забезпечує максимальне скорочення викидів парникових газів при мінімальних витратах. Водночас показано що використання таких механізмів як торгівля квотами на викиди парникових газів, спільне використання обов'язків і реалізація механізму сталого розвитку, що передбачено Кіотським протоколом до Рамкової Конвенції ООН щодо змін клімату, буде сприяти скороченню емісії парникових газів та захисту навколишнього середовища без суттєвих економічних збитків. Для інтелектуальної підтримки прийняття правильних рішень суб'єктом господарювання щодо залучення зовнішнього фінансування процесу декарбонізації можуть бути корисними формалізовані моделі, в основу яких покладено абдуктивний фреймворк знань про цей процес, в якому розподіли значень керованих змінних виражені у формі чітких, нечітких та імовірнісних правил.

3. З огляду на необхідність відходу від старих «брудних» енергоресурсів і переходу на природний газ, водень та інші «зелені» енергоресурси, актуальною у подальшому постає проблема вироблення наукових засад сучасної парадигми фінансово-кредитного механізму активізації інвестиційного процесу з використанням синергетичного підходу, що адаптований до світових стандартів та враховує вітчизняну специфіку.

Література

1. Шурда К.Е. Економічна оцінка кліматичних змін / К.Е. Шурда // Економічний часопис—XXI. – 2014. – № 3-4(1). – С. 97–100.
2. Краківська С.В. Моделі загальної циркуляції атмосфери та океана у прогнозуванні змін регіонального клімату України у XXI ст. / С.В. Краківська, Л.В. Паламарчук, І.П. Шедєменко, Г.О. Дюкаль, Н.В. Гнатюк // Геофизический журнал. – 2011. – т. 33. № 6. – С. 61–68.
3. Schellnhuber H.I. Avoiding Dangerous Climate Change / H.I. Schellnhuber, U. Cramer, N. Nakicenovic, T. Wigley, G. Yohe. – Cambridge University Press, 2006. – 392 p.

4. Stern N. The Economics of Climate Change / Nicolas Stern // The Stem Review. – Cabinet Office. – YM Treasury, UK, 2006. – 663 p.
5. Jos G.I. Long-term Trend In Global CO2 Emissions. 2011 report / Jos G.I., Olivier, Great Janssens-Maenhout, Jeroen A.H.W. Peters, Julian Wilson // PBL Netherlands Environmental Assessment Agency. – The Hague, 2011, European Union, 2011. – 42 p.
6. Бортняк О.М. Аналітичні дослідження розповсюдження в атмосферному повітрі шкідливих речовин, що містяться у викидах стаціонарних джерел промислових підприємств нафтогазового комплексу / О.М. Бортняк, М.П. Школьнік, М.М. Осипчук // Нафтогазова енергетика. – 2013. – № 1 (19). – С. 15–25.
7. Beychok M.R. Fundamentals Of Stack Gas Dispersion / M.R. Beychok. – California : The Author, 2005. – 193 p.
8. Workbook of atmospheric dispersion estimates: an introduction to dispersion modeling / D.B. Turner. – London, 2020. – 2nd Edition. URL: <https://doi.org/10.1201/9780138733704>
9. Rod B. Atmospheric Dispersion Modelling / B. Rod. – Earthscan Publications, 2001. – 258 p.
10. Environmental Protection Agency // User's Guide for Industrial Source Complex (ISC3) Dispersion Models. – 1995. – Vol. 1, 2. – URL: <http://epa.gov/scram001/userg/regmod>
11. Кукарцева С.В. Інвестиційний потенціал екологічної діяльності – можливості моделювання та кількісна оцінка / С.В. Кукарцева, І.В. Федін, Р.В. Сиявський // Енергетика: економіка, технології, екологія. – 2011. – № 4. – С. 68–70.
12. Майорова Т. В. Синергетичний підхід у формуванні сучасної парадигми фінансово-кредитного механізму активізації інвестиційного процесу / Т. В. Майорова // Економічний часопис-XXI. – 2014. – № 3-4(1). – С. 66–69. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_3-4\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_3-4(1)_18).

References

1. Shurda K.E. Ekonomichna otsinka klimatychnykh zmin / K.E. Shurda // Ekonomichni chasopys-KhKhI. – 2014. – № 3-4(1). – S. 97–100.
2. Krakivska S.V. Modeli zahalnoi tsyrkuliatsii atmosfery ta okeana u prohozuvanni zmin rehionalnogo klimatu Ukrainy u KhKhI st. / S.V. Krakivska, L.V. Palamarchuk, I.P. Shedemenko, H.O. Diukal, N.V. Hnatiuk // Heofyzycheskyi zhurnal. – 2011. – t. 33. № 6. – S. 61–68.
3. Schellnhuber H.I. Avoiding Dangerous Climate Change / H.I. Schellnhuber, U. Cramer, N. Nakicenovic, T. Wigley, G. Yohe. – Cambridge University Press, 2006. – 392 p.
4. Stern N. The Economics of Climate Change / Nicolas Stern // The Stem Review. – Cabinet Office. – YM Treasury, UK, 2006. – 663 p.
5. Jos G.I. Long-term Trend In Global CO2 Emissions. 2011 report / Jos G.I., Olivier, Great Janssens-Maenhout, Jeroen A.H.W. Peters, Julian Wilson // PBL Netherlands Environmental Assessment Agency. – The Hague, 2011, European Union, 2011. – 42 p.
6. Bortniak O.M. Analitichni doslidzhennia rozpovsiudzhennia v atmosferному povitri shkidlyvykh rehovyn, shcho mistiatsia u vykydakh statsionarnykh dzherel promyslovykh pidpriemstv naftohazovoho kompleksu / O.M. Bortniak, M.P. Shkolnyi, M.M. Osypchuk // Naftohazova enerhetyka. – 2013. – № 1 (19). – S. 15–25.
7. Beychok M.R. Fundamentals Of Stack Gas Dispersion / M.R. Beychok. – California : The Author, 2005. – 193 p.
8. Workbook of atmospheric dispersion estimates: an introduction to dispersion modeling / D.B. Turner. – London, 2020. – 2nd Edition. URL: <https://doi.org/10.1201/9780138733704>
9. Rod B. Atmospheric Dispersion Modelling / B. Rod. – Earthscan Publications, 2001. – 258 p.
10. Environmental Protection Agency // Users Guide for Industrial Source Complex (ISC3) Dispersion Models. – 1995. – Vol. 1, 2. – URL: <http://epa.gov/scram001/userg/regmod>
11. Kukartseva S.V. Investytsiynyi potentsial ekolohichnoi diialnosti – mozhlyvosti modeliuвання ta kilksna otsinka / S.V. Kukartseva, I.V. Fedin, R.V. Syniavskiy // Enerhetyka: ekonomika, tekhnolohii, ekolohiia. – 2011. – № 4. – С. 68–70.
12. Maiorova T. V. Synerhetychnyi pidkhd u formuvanni suchasnoi paradyhmy finansovo-kredytnoho mekhanizmu aktyvizatsii investytsiynoho protsesu / T. V. Maiorova // Ekonomichni chasopys-KhKhI. – 2014. – № 3-4(1). – S. 66–69. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_3-4\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_3-4(1)_18).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-41>

УДК 330

Анастасія ВОЛОБОЙ

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0002-9040-4281>
voloboj@ef.dnu.edu.ua

Анна МОКРА

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0001-6638-4949>
mokra@ef.dnu.edu.ua

Василь БЕЛОЗЕРЦЕВ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0003-4191-9382>
e-mail: belozertsev.v@ef.dnu.edu.ua

Оксана ЄЛІСЄЄВА

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0003-4907-5700>
e-mail: [yelisyeyeveva.o@ef.dnu.edu.ua](mailto:yelisyejeva.o@ef.dnu.edu.ua)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ

У статті аналізуються системи CRM. Подано концепцію та принципи їх роботи. Проаналізовано процес впровадження CRM систем. Крім того у статті наведено поняття CRM системи.

Ключові слова: CRM системи, класифікація, принципи побудови, інформаційні технології.

Anastasia VOLOBOY, Anna MOKRA,
Vasyl BELOZERTSEV, Oxana YELISYEYEVA
Oles Honchar Dnipro National University

INFORMATION TECHNOLOGIES IN SYSTEM OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

In article CRM systems are analyzed. The concept and principles of their work are presented. Process of introduction of CRM systems is analyzed. In addition, the article presents the concept of CRM-system.

In modern business, the need to automate various processes has become commonplace. It is becoming increasingly difficult to keep warehousing or accounting without the use of specialized software. Sales representatives use special programs to place and send orders to the office via tablet or mobile phone, quite a large number of orders come from the site in the form of ready-to-process documents. However, customer relationships, especially in small and medium-sized businesses, are often conducted without the introduction of automation and sufficient attention to accounting. At the same time, each sales manager works as he sees fit, records calls, other types of interaction with customers at his own discretion, or refuses to record at all. way out of this situation - automation and standardization of customer relationship management, i.e. the introduction of CRM-system.

Customer Relationship Management (CRM) is software that helps you successfully monitor, organize, and schedule customer service. CRM-systems help sales departments by telling managers what to do: respond to a new request, call the customer, plan the transaction. Robots themselves send emails and text messages to customers when the application is in the desired status, automatically launch ads and more. CRM allows you to not lose orders from new customers, systematize the work of managers and control it, find points for optimization and further growth of the company. CRM system standardizes and automates processes in the sales department.

Keywords: CRM systems, classification, construction principles, information technologies.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В сучасному бізнесі необхідність автоматизації різних процесів стала звичним явищем. Стає все складніше проводити складський або бухгалтерський облік без застосування спеціалізованого програмного забезпечення. Торгові представники використовують спеціальні програми для оформлення та відправки замовлення в офіс через планшет або мобільний телефон, досить велика частина замовлень приходить з сайту вже у вигляді готових до обробки документів. Але при цьому взаємовідносини з клієнтами, особливо в середньому і малому бізнесі, часто ведуться без впровадження автоматизації і достатньої уваги до обліку. При цьому кожен менеджер з продажу працює так, як йому зручніше, веде фіксацію дзвінків, інших видів взаємодії з клієнтами на власний розсуд або ж зовсім відмовляється від фіксації. вихід з цієї ситуації – автоматизація та стандартизація управління відносин з клієнтами, тобто впровадження CRM системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед дослідників, котрі займалися вивченням CRM систем, принципи їх роботи та процес впровадження, можна виділити наступних: Д. Пепперс, М. Роджерс, В. Кумарта, А. Петерсен, М. Соломон.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень концепції CRM систем, відчувається брак інформації щодо їх методики в управлінні взаємовідносин з клієнтами. Саме тому це потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є розгляд інформаційних технологій в системі управління взаємовідносин з клієнтами.

Виклад основного матеріалу

Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) – програмне забезпечення, яке допомагає вам успішно контролювати роботу з клієнтами, упорядкувати і планувати її. CRM системи допомагають відділам продажів, підказуючи менеджерам, що робити: відреагувати на нове звернення, зателефонувати клієнту, запланувати дію угоди. Програми-роботи самі надсилають листи та смс клієнтам, коли заявка перебуває у потрібному статусі, автоматично запускають рекламу та багато іншого.

CRM дозволяє не втрачати заявки від нових клієнтів, систематизувати роботу менеджерів та контролювати її, знаходити точки для оптимізації та подальшого зростання компанії. CRM система стандартизує та автоматизує процеси у відділі продажів [1].

Головне призначення CRM системи:

1. Припинити втрачати клієнтів на етапі першого звернення до компанії.
2. Систематизувати роботу менеджерів у відділі продажів.
3. Збирати інформацію (конкретні цифри) для керівника відділу продажу та власника бізнесу.

Є компанії, які CRM не потребують. Для них будь-яка CRM система буде марною тратою грошей: Компанія проходить етап, коли їй не потрібно залучати нових клієнтів, якщо вона є підрядником великої компанії. Компанія в цьому разі має достатню базу постійних клієнтів. Наприклад, завод виготовляє блоки для будівництва будинків. Працює лише на потреби будівельних компаній свого міста та робить відвантаження за старими домовленостями [2]. Власник бізнесу не хоче нічого чути про жодні CRM системи і проти будь-яких нововведень.

У розрізі інформаційних технологій CRM є набір певного програмного забезпечення (ПЗ) та технологій, що дозволяють автоматизувати та вдосконалювати бізнес процеси в таких галузях, як продажі, маркетинг, обслуговування та підтримка клієнтів.

Зазвичай виділяють три ключові напрямки CRM систем:

- оперативна CRM система включає програми, що надають оперативний доступ до інформації про конкретного клієнта в процесі взаємодії з ним. Для цього потрібна хороша координація процесу взаємодії з клієнтом по всіх каналах;
- аналітична (analytical) CRM система передбачає статистичний аналіз масивів даних та пошук у них статистичних закономірностей з метою вироблення найбільш ефективної стратегії [3]. Це потребує хорошої інтеграції систем, великого обсягу статистичних даних;
- об'єднана (collaborative) CRM система надає клієнту можливість впливати на процеси виробництва, транспортування та сервісу.

Особливо слід виділити принцип зворотного ціноутворення, у якому основою встановлення ціни товару є побажання клієнта. CRM модель взаємодії, яка вважає, що центром усієї філософії бізнесу є клієнт.

Хоча кожна компанія унікальна і адаптує систему CRM з урахуванням своїх особливостей, існують загальні принципи, що застосовуються для реалізації більшості CRM систем.

Основні принципи:

1. Наявність єдиного сховища інформації, звідки у будь-який момент доступні всі відомості про попередню та плановану взаємодію з клієнтами.
2. Використання всіх каналів взаємодії: телефонні дзвінки, електронна пошта, особисті зустрічі, реклама, веб-сайти, чати, соціальні мережі тощо.
3. Аналіз інформації про клієнтів та підготовка на його основі управлінських рішень.
4. Доступність співробітнику компанії повної інформації про всі взаємовідносини з клієнтом.
5. Забезпечення довгострокових взаємин з клієнтами на основі даних про їх індивідуальні особливості.
6. Продажі розглядаються як процес, в якому бере участь кожен, хто працює в корпорації.

Класифікація CRM систем можлива за різними критеріями, розглянемо деякі з них.

Класифікація за функціональними можливостями:

- Управління продажами (SFA — англ. Sales Force Automation).
- Управління маркетингом.
- Управління клієнтським обслуговуванням і call-центрами.

Класифікація за рівнями обробки інформації:

- Операційна CRM реєстрація та оперативний доступ до первинної інформації щодо подій, компаній, проектів, контактів;
- Аналітична CRM звітність та аналіз інформації в різних розрізах;
- Колабораційна CRM (англ. collaboration – співпраця; спільні, узгоджені дії) – рівень організації тісної взаємодії з кінцевими споживачами, клієнтами, аж до впливу клієнта на внутрішні процеси компанії (можливість для клієнта самостійно конфігурувати та замовляти онлайн-продукти та послуги).

Метою впровадження CRM систем є підвищення задоволеності та прибутковості клієнтів на основі єдиного уявлення всіх структурних підрозділів компанії про життєвий цикл клієнта.

Залежно від конфігурації CRM дозволяє робити наступне:

- використовувати персональний підхід до вимог кожного конкретного клієнта;
- зберігати історію взаємодії з клієнтами;
- зберігати повну інформацію про постачальників;
- автоматично сповіщати користувачів про майбутні контакти;
- планувати та контролювати робочий час працівників;
- оперативно контролювати стан запланованих контактів та угод;
- проводити інтегрований аналіз відносин з клієнтами;
- аналізувати та оцінювати ефективність маркетингових акцій. [8]

Загалом у CRM систему входять:

- SFA – автоматизація продажів;
- MA – автоматизація маркетингу ;
- CSS – автоматизація обслуговування клієнтів .

Розглянемо ці складові докладніше. Автоматизація продажів SFA (Sales Force Automation). Ця система виконує наступні функції:

- ведення календарю подій та планування роботи;
- управління контактами;
- робота з клієнтами на основі історії взаємодії з ними;
- моніторинг потенційних продажів;
- підвищення точності прогнозу продажів;
- автоматична підготовка комерційних пропозицій;
- автоматичне оновлення розміру бонусу в залежності від виконаних завдань;
- надання актуальної інформації про стан справ у регіональних представництвах;
- формування звітів (ефективний інструментарій автоматичного створення звітів за наслідками діяльності); організація продажів за допомогою електронних засобів.

SFA доповнюється sales-конфігуратором, що дозволяє конфігурувати ті чи інші продукти з компонентів, що дає можливість клієнтам робити покупки через Інтернет.

Автоматизація маркетингу MA (Marketing Automation). Ця система виконує такі функції:

- організувати маркетингові кампанії (планування, розробка, проведення та аналіз результатів);
- створювати маркетингові матеріали та керувати ними, включаючи автоматичне розсилання;
- створювати списки потенційних клієнтів та розподіляти їх між співробітниками компанії;
- вести маркетингову енциклопедію (репозиторій інформації про продукти, ціни та конкурентів).

Інтеграція MA- та SFA-додатків дозволяє формувати робочі плани співробітників та контролювати їх виконання.

Автоматизація обслуговування клієнтів CSS (Customer Service & Support). Ця система виконує такі функції: моніторинг потреб клієнта; моніторинг проходження заявок; моніторинг мобільного продажу; контроль за виконанням сервісних зобов'язань (автоматичне відстеження термінів та умов); керування запитами клієнтів на основі пріоритетності.

Інтеграція CSS з MA- і SFA сприяє тому, щоб кожен контакт клієнта з компанією був використаний, у тому числі і для продажу додаткових послуг (cross-sell) та дорожчих продуктів (up-sell) [7].

Переваги використання CRM:

- поліпшення діяльності компанії, на основі спільного використання необхідної інформації всіма співробітниками, що підвищує ефективність їх взаємодії з клієнтом;
- автоматизація стандартних функцій обслуговування дозволяє підвищити продуктивність діяльності;
- кожна взаємодія відбувається на основі історії взаємовідносин клієнта з компанією, що дає змогу розширити спектр додаткових послуг;
- CRM дозволяє перенести процес прийняття рішення на нижчий рівень і, отже, підвищити швидкість прийняття рішення;
- умови роботи з клієнтом визначаються у кожному конкретному випадку;

- CRM орієнтована на тривалі стосунки з клієнтом;
- CRM дозволяє утримати старих клієнтів, придбати нових;
- CRM забезпечує клієнту сприятливу атмосферу спілкування із компанією.

Література

1. Бабаева Е. С. Информационные технологии в управлении ресурсами современного предприятия / Е. С. Бабаева // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. Серия “Информатика”. – Тольятти : Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2011. – № 18.
2. Інформаційні системи в сучасному бізнесі : [навчальний посібник / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова та ін.]. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 484 с.
3. Федотова Е.Л. Информационные технологии и системы : учеб. пособие / Е.Л. Федотова. – М. : ИД “ФОРУМ”: ИНФРА-М, 2014. – 352 с.
4. Ускенбаева Р. К. CRM система как необходимый компонент успешного бизнеса / Р. К. Ускенбаева, Даулет Аскарұлы Булегенов // Молодой ученый. – 2016. – № 10 (114). – С. 101–105.
5. Коберн А. Современные методы описания функциональных требований к системам / Коберн А. – М. : Издательство Лори, 2014.
6. Управління взаємовідносинами з клієнтами. URL: http://www.bkg.ru/cgi-bin/article_detail.pl?id=35, 2014.
7. Єлісеєва О.К. Управління дебіторською заборгованістю та фактори впливу на її якість / О.К. Єлісеєва, В.С. Белозерцев // European Journal of Management Issues. – 2021. – № 29 (1). – С. 3–11. – URL: <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/292>
8. Belozertsev V., Shmygol N., Galtsova O., Yelisyeyeva O., Tarlopov, Priority areas of state regulation of the industry in the context of sustainable development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2021, 915(1), 012028 (Scopus). URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/915/1/012028/pdf>

References

1. Babaeva E. S. Informacionnye tehnologii v upravlenii resursami sovremennogo predpriyatija / E. S. Babaeva // Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatischeva. Serija “Informatika”. – Tol’jatti : Volzhskij universitet im. V.N. Tatischeva, 2011. – № 18.
2. Informatsiini systemy v suchasnomu biznesi : [navchalnyi posibnyk / V. S. Ponomarenko, I. O. Zolotarova, R. K. Butova ta in.]. – Kh. : Vyd. KhNEU, 2011. – 484 s.
3. Fedotova E.L. Informacionnye tehnologii i sistemy : ucheb. posobie / E.L. Fedotova. – M. : ID “FORUM”: INFRA-M, 2014. – 352 s.
4. Uskenbaeva R. K. CRM sistema kak neobhodimyj komponent uspeshnogo biznesa / R. K. Uskenbaeva, Daulet Askaruly Bulegenov // Molodoy uchenyj. – 2016. – № 10 (114). – S. 101–105.
5. Kobern A. Sovremennye metody opisaniya funkcional'nyh trebovanij k sistemam / Kobern A. – M. : Izdatel'stvo Lori, 2014.
6. Upravlinnia vzaiemvidnosynamy z kliientamy. URL: http://www.bkg.ru/cgi-bin/article_detail.pl?id=35, 2014.
7. Yeliseieva O.K. Upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiu ta faktory vplyvu na yii yakist / O.K. Yeliseieva, V.S. Bielozertsev // European Journal of Management Issues. – 2021. – № 29 (1). – S. 3–11. – URL: <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/292>
8. Belozertsev V., Shmygol N., Galtsova O., Yelisyeyeva O., Tarlopov, Priority areas of state regulation of the industry in the context of sustainable development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2021, 915(1), 012028 (Scopus). URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/915/1/012028/pdf>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-42>

УДК 658.3:005.21]:338.486

Тетяна КАПЛІНА

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

<https://orcid.org/0000-0002-9445-5684>

e-mail: tatyanavkaplina@gmail.com

Анна КАПЛІНА

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

<https://orcid.org/0000-0001-7026-574X>

e-mail: anitakaplina@gmail.com

Ларіса КУЩ

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

<https://orcid.org/0000-0001-7493-5800>

e-mail: lora.kushch59@gmail.com

Світлана ДУДНИК

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

<https://orcid.org/0000-0001-8228-7276>

e-mail: dudnyksvetlana8@gmail.com

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ СТРАТЕГІЇ Й МОДЕЛІ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Мета статті полягає в узагальненні підходів до корпоративної культури та визначення її ролі як стратегічної конкурентної переваги підприємства індустрії гостинності. Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу, синтезу, систематизації та узагальнення. За підсумками теоретичних досліджень визначено поняття «корпоративна культура». Досліджено питання впливу корпоративної культури на конкурентоспроможність готельного підприємства. Розглянуто на прикладі діючого готелю реалізацію напрямів корпоративної культури. Проаналізовано відгуки гостей, побудовано профілограму за основними дескрипторами. Узагальнено підходи до сутності поняття корпоративної культури та визначення її ролі як стратегічної конкурентної переваги підприємства. Визначено роль корпоративної культури сфери гостинності. Приділено увагу оптимізації елементів корпоративної культури готельного підприємства. Доведено, що розвиток корпоративної культури сприяє успіху індустрії гостинності, допомагає підприємствам готельного і ресторанного господарства стати конкурентоспроможними та ефективними на ринку послуг.

Ключові слова: корпоративна культура, індустрія гостинності, конкурентоспроможність підприємства, персонал, керівник, цінності, роль корпоративної культури.

Tatyana KAPLINA, Anna KAPLINA,

Larisa KUSHCH, Svitlana DUDNYK

Higher Educational Institution of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade»

THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN THE FORMATION OF A NEW STRATEGY AND BUSINESS MODEL OF HOSPITALITY ENTERPRISES

The purpose of the article is to summarize approaches of corporate culture and define its role as a strategic competitive advantage of the hospitality industry. The solution of the tasks set in the article is carried out with the help of the following general and special research methods: analysis, synthesis, systematization and generalization. According to the results of theoretical research, the concept of «corporate culture» is defined. The question of the influence of corporate culture on the competitiveness of the hotel enterprise is investigated. The realization of directions of corporate culture is considered on the example of the operating hotel. Guest feedback was analyzed, a profile program was built according to the main descriptors. Approaches to the essence of the concept of corporate culture and definition of its role as a strategic competitive advantage of the enterprise are generalized. The role of corporate culture in the field of hospitality is determined. Attention to optimizing the elements of corporate culture of the hotel enterprise is paid. The introduction of corporate culture standards in the management of the hospitality industry is established and it can become an element in the strategic management model in a chaotic environment that will protect the company from an increasingly unpredictable environment, especially in times of crisis. It is determined that the introduction of various strategic models of corporate culture will improve the organizational culture of the enterprise, creating additional benefits of the competitiveness of the enterprise in the service sector, highlighting it in a particularly attractive brand. The development of corporate culture is proved as the contributor to the success of the hospitality industry as it helps the hotel and restaurant industry to become competitive and efficient in the services market.

Key words: corporate culture, hospitality industry, enterprise competitiveness, personnel, manager, values, role of corporate culture.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Дослідження підприємств сфери гостинності останніх років вказують на наявність проблем, що пов'язані з низьким рівнем розуміння значення і ролі корпоративної культури на підприємствах, як основної складової для розкриття творчого потенціалу працівників сфери гостинності. Це в значній мірі впливає на імідж компанії та її конкурентоспроможність. Саме завдяки впровадженню корпоративних правил

встановлюються стабільні, чітко зазначені позиції підприємства, визначається успіх на ринку послуг, ефективність та конкурентоздатність підприємств індустрії гостинності. Корпоративна культура забезпечує вирішення проблемних питань, що виникають в умовах сьогодення в більшості підприємств індустрії гостинності. Роль чинника корпоративної культури в соціальній системі стає визначальною, коли виникає необхідність формування нової стратегії й моделі бізнесу, та побудови на їх основі нової системи цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вагомий внесок у розвиток наукових досліджень корпоративної культури здійснили такі вчені, як Г. Хаєт, Д. Денісон, Л. Орбан-Лембрик, Ю. Пальоха, В. Стадник, В. Близнюк, О. Комарова, О. Левченко, І. Терон та ін. [1, 2]. Корпоративна культура відіграє важливу роль у визначенні й реалізації управлінської діяльності, здійсненні ефективної політики підприємства. У сучасних умовах економічна діяльність індустрії гостинності не може відбуватися за відсутності сформованого іміджу підприємства, на який впливає корпоративна культура. Але, не зважаючи на досить високий рівень одержаних результатів, питання залишається не до кінця дослідженим [3].

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає у необхідності узагальнення підходів до корпоративної культури та визначення її ролі як стратегічної конкурентної переваги підприємства індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу

Нині вплив корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємств не лише є актуальним, а й певною мірою стає інноваційним підходом до створення іміджу сучасного підприємства сфери гостинності. Саме корпоративна культура визначає ціннісний потенціал, який позитивно мотивує діяльність персоналу та виводить послуги на новий, більш високий рівень.

Для кожного підприємства, що надає послуги, першочерговим пріоритетом є персонал, який забезпечує якісне обслуговування гостей. Відповідно, достатньо гостро існує потреба у кваліфікованих кадрах, які розуміють відповідальність за роботу у сфері надання послуг.

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки, які придбані організацією у процесі адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції. Корпоративна культура визначає поведінку персоналу індустрії гостинності, його взаємини з гостями, керівництвом, посередниками, постачальниками. Корпоративна культура формує у працівників відданість своїй організації, відповідальність за все, що відбувається, усвідомлення важливості комунікацій, створює основу для стабільності, контролю та роботи персоналу як єдиного цілого [4]. Така культура дозволяє відрізнити одне підприємство індустрії гостинності від іншого, генерує прихильність цілям компанії, створює атмосферу ідентифікованості для членів підприємства та власників бізнесу, зміцнює соціальну стабільність, є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Нині формування корпоративної культури є завданням багатоаспектним та дуже складним і від того, наскільки правильно буде воно вирішено, залежить успішність ведення всього бізнесу. Керівництво будь-якої компанії має приділяти більше уваги своїй індивідуальній культурі, оскільки вона відіграє важливу роль у житті всієї організації. Викликає зацікавленість саме три компоненти, які формують її (рис. 1):



Рис. 1. Основні компоненти корпоративної культури

Це, перш за все, базові пропозиції, ціннісні орієнтації і символіка.

1. Базові пропозиції. Усі члени компанії дотримуються розроблених положень у своїх діях та поведінці. Вони можуть бути пов'язані з тим, як бачить довкілля конкретна людина або сприймає його група осіб, фірма, організація чи суспільство загалом.

2. Ціннісні орієнтації. Такий компонент визначає поведінку людей, показує, що є допустимим, а що – ні. Деякі компанії керуються добре відомим правилом: «гість завжди правий», тобто звинувачувати його за всі невдачі роботи або діяльності компанії не можна. Але є низка організацій, які вважають із точністю до навпаки. Тому важливість такого компонента полягає у визначенні поведінки працівника за конкретних обставин.

3. Символіка. За допомогою цього компонента можна передавати ціннісні орієнтації між окремими членами підприємства. Деякі компанії сьогодні прописують свою символіку у вигляді легенд, міфів, так званих «ходячих» історій, що впливають на людей. Це дозволяє формувати поведінку працівників, їхні особисті цінності. Часто такі ціннісні орієнтації впливають навіть більше, ніж рекламні буклети. Саме міфи та легенди є ефективним інструментом корпоративної культури, що гарантують необхідну наступність поколінь усіх співробітників.

На ефективність роботи підприємств сфери гостинності при впровадженні корпоративної культури впливають також фактори, які сприяють формуванню конкурентних переваг:

- наявність бренду, тобто торгової марки компанії;
- володіння патентами;
- професіоналізм працівників;
- креативність мислення працівників;
- розкриття творчого потенціалу працівників під впливом існуючої корпоративної культури;
- ставлення до споживачів послуг.

Таким чином, модель успішної діяльності компанії через вплив корпоративної культури представлена силами, що утворюють конкурентний імідж компанії (рис. 2).



Рис. 2. Модель успішної діяльності готельного підприємства [авторська розробка]

На думку авторів статті, формування на підприємствах гостинності корпоративної культури є одним із факторів, що сприяють розкриттю творчого потенціалу персоналу та дає можливість продуктивно використовувати трудові ресурси підприємства. У такому контексті корпоративну культуру можна розглядати як конкурентну перевагу компанії та позитивну тенденцію її конкурентоспроможності.

Позитивний імідж компанії безпосередньо пов'язаний із організаційною культурою, де основний тон у її формуванні задає керівник. Його завдання полягає у створенні команди, яка розділяла б з ним його ідеї та цінності, прагнення до інноваційних методів управління компанією [5]. Керівнику важливо знати можливості персоналу, виявляти наявні компетенції співробітників. Пильну увагу необхідно приділити і управлінському персоналу. Це дозволить забезпечити здійснення стратегічних цілей підприємства на основі прийнятих традицій та ідеології компанії, що поділяються усіма співробітниками. Самому ж керівнику необхідно створити свій власний імідж, що сприяв би ефективній роботі засобу розміщення, пам'ятати про культуру спілкування, почуття міри, доброзичливості, намагатися керувати своїми емоціями, вибираючи цивілізований стиль поведінки, який гарантує підприємцю як успіх у діяльності, так і задоволеність.

Важливою особливістю для формування корпоративної культури у сфері готельного бізнесу є наявність корпоративних стандартів, основою яких є посадові обов'язки співробітників, методи їх стимулювання та заохочення, відповідний зовнішній вигляд, правила спілкування з гостями. Основне завдання співробітників компанії – це бажання допомогти своїм гостям. Стандарт корпоративної культури передбачає певну філософію компанії: на першому місці – гості, на другому – співробітники, і лише на третьому – акціонери. Злагоджена робота професіоналів – головне у корпоративній культурі готелю. Крім того, велика увага приділяється обов'язкам персоналу та способу поведінки у тій чи іншій ситуації. Буквально за пунктами прописується, що зробити, на що звернути увагу, як відповідати по телефону і т. д. [6].

Багато вчених, які досліджували проблему корпоративної культури, визначили основні її принципи, на яких вона повинна базуватися [7–9]:

- головним завданням компанії є розкриття творчого потенціалу її співробітників, стимулювання їхнього креативного мислення у досягненні основної мети компанії;
- доходи від виробничої діяльності мають бути результатами досягнення всіх працівників компанії, і, відповідно, всі працівники мають право на винагороду за отримані результати;

- працівники підприємства у своїй праці орієнтуються на стиль роботи керівника, беручи з нього позитивний приклад;
- реакція керівника на роботу співробітників є орієнтиром у діяльності персоналу;
- керівник у своїй діяльності дотримується основних норм і правил ділової етики та прийнятої корпоративної культури компанії.

Впровадження стандартів корпоративної культури в управлінні підприємством індустрії гостинності може стати елементом у стратегічній моделі управління в умовах хаотичності та дозволить захистити це підприємство від дедалі більш непередбачуваного середовища, особливо в умовах кризи. Крім того, впровадження різноманітних стратегічних моделей корпоративної культури дозволить удосконалювати організаційну культуру підприємства, створивши додаткові переваги конкурентоспроможності підприємства сфери послуг, виділивши його в особливий привабливий бренд.

Отож, корпоративна культура – це, насамперед, уміння як керівництва, так і персоналу працювати у команді на всіх рівнях й у всіх функціональних сферах. Це означає, що ефективність і конкурентоспроможність підприємства залежать головним чином від його культури.

Готельне підприємство під час розробки моделі корпоративної культури вибирає одне з основних напрямів формування цієї культури – надання послуг вищої якості в порівнянні з конкурентами. Ці послуги повинні не тільки задовольнити, але навіть перевершити очікування гостей, які формуються на основі досвіду, що вже є у гостя, а також інформації, що отримується по особистих або масових каналах, зокрема при вивченні відгуків на сайті готелів. Якщо уявлення про отриману послугу не відповідає очікуванням, гості втрачають інтерес до цього готелю, а якщо відповідає або перевершує, вони можуть обрати його ще. Зазвичай у відгуку пишуть: обов'язково повернемося або хочеться знову і знову сюди повертатися. Тому для індустрії гостинності важливо не тільки справити гарне перше враження, але й передбачити бажання гостей, виявляючи щирий інтерес до їхніх проблем [10].

Розглянемо на прикладі діючого готелю «Алея Гранд» реалізацію одного із напрямів формування корпоративної культури – надання послуг вищої якості. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелю «Алея Гранд» є не «готовий продукт», а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не виробляються окремо від існуючого матеріального продукту, тобто без експлуатації матеріально-технічної бази (будівлі, споруди, устаткування, інвентарю), яка виступає основою виробництва та реалізації пропонуванних послуг. З урахуванням особливостей обслуговування в готелі «Алея Гранд», виробництво та споживання послуг поєднуються і здійснюється продаж та безпосереднє їх надання. Майно підприємства використовується як застава для забезпечення всіх видів його зобов'язань, включаючи залучення позичкових коштів.

Для готелю «Алея Гранд» основним видом діяльності є операції, що пов'язані з реалізацією послуг, які є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частину його доходу. Дохід від здійснення основної діяльності готель отримує у формі виручки від реалізації послуг, рівень якої безпосередньо залежить від впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

До основних факторів, які впливають на ефективність та конкурентоспроможність досліджуваного підприємства, можна віднести: обсяг реалізованих послуг; ціни на послуги; місцезнаходження підприємства; забезпеченість людськими ресурсами (за загальним обсягом та кваліфікаційним складом); ефективність використання матеріально-технічної бази; додаткові послуги; маркетингова діяльність; кількість місць.

Обґрунтуємо основні, на нашу думку, із представлених факторів впливу на його діяльність. Основна послуга готелю «Алея Гранд» – це надання місця для тимчасового проживання у готельному номері певної категорії згідно з укладеними умовами проживання, виконавцем якої виступає номерний фонд готелю. Встановлено, що важливе місце у структурі операційної діяльності підприємства займають комплекс послуг у вигляді «готельного продукту» представленого на рисунку 3.

За даними рис.3 видно, що готельні послуги на досліджуваному підприємстві розглядаються як специфічний готельний продукт, який гість може придбати шляхом укладання угоди, що передбачає тільки доступ до нього та можливість використання у певний час і у певному місці. Необхідно відмітити, що зазначена риса готельної послуги зумовлює необхідність розробки стратегії, що забезпечить оптимальне співвідношення попиту і пропозиції які формують ціну.

Нами встановлено, що основу стимулювання попиту на послуги в готелі «Алея Гранд» формує ефективна цінова політика та система тарифів. Так, наприклад, на підприємстві функціонує система диференційованих тарифів, цін та знижок, що оптимізують асортимент додаткових послуг та інші стимули, які заміщають частину попиту з пікового періоду на періоди спаду.

Схема кругообігу капіталу при наданні послуг в готелі «Алея Гранд» включає гроші, товар (фактори виробництва), виробництво (етапи технологічного процесу), готельну послугу, дебіторську заборгованість. За своїм характером кругообіг капіталу в готелі відповідає класичній формулі, але має свої особливості. Якщо зважати на те, що готельна послуга вважається реалізованою повністю в момент звільнення номеру (тобто завершення формування та утворення готельної послуги як товару), то одному операційному циклу може відповідати декілька технологічних (виробничих) циклів. У результаті за умови проведення розрахунків після оплати може виникнути додаткова ланка процесу кругообігу капіталу – дебіторська

заборгованість. Якщо розрахунки із споживачем проводяться на умовах попередньої оплати, то завершальним етапом розрахунків є створення готельної послуги як споживчої вартості, і кругообіг капіталу на основі принципу безперервності буде представлений у вигляді: товар (фактори виробництва), виробництво, готельна послуга, гроші.

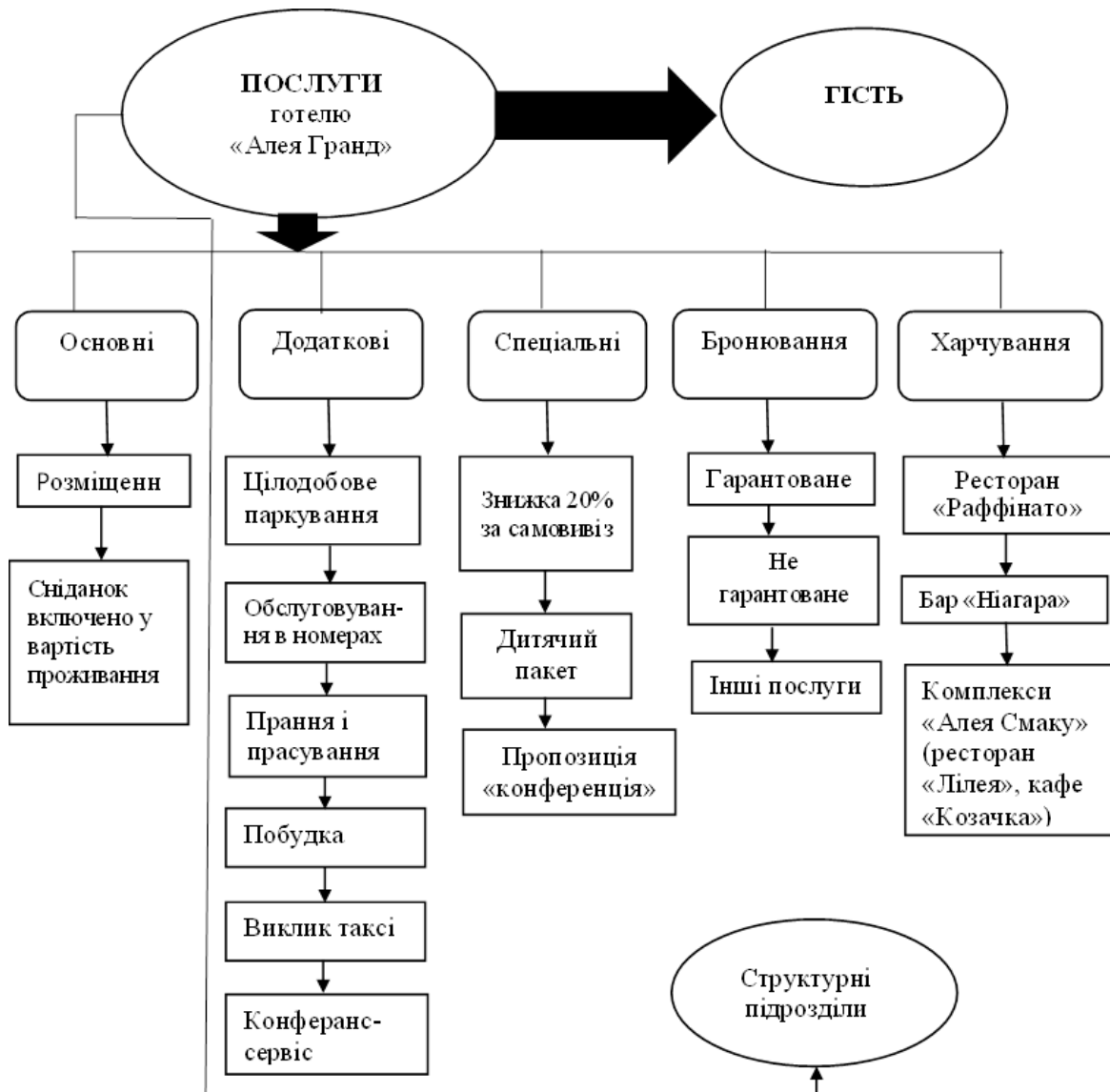


Рис. 3. Готельні послуги у структурі операційної діяльності готелю «Алея Гранд» [авторська розробка]

Не менш важливим засобом управління обсягом попиту на підприємстві є введення системи попередніх замовлень на послуги та збільшення швидкості обслуговування, у тому числі за рахунок автоматизації окремих процесів, застосування реклами, особливо за участю телекомунікаційних систем, мережі Інтернет. Для виявлення впливу сформованої корпоративної культури готелю «Алея Гранд» на якість надання послуг проаналізуємо відгуки споживачів, як один із важливих критеріїв підтвердження або спростування їх відповідності і рівня, при цьому використаємо інформацію, представлену на «booking.com» [11].

Оцінка проводилася за 10 бальною шкалою за критеріями: персонал, зручності, чистота, комфорт, співвідношення ціна/якість, розташування, безкоштовний Wi-Fi. Оцінювали відгуки 180 гостей готелю «Алея Гранд». На основі отриманих даних побудовано профіль якості надання послуг готелем (рис. 4).

Готель як видно з рисунку 4 за дескрипторами має достатньо високі бали: розташування (9,5), персонал і чистота (9,4), комфорт (9,2), зручності (9,1) і дещо нижчі бали за Wi-Fi (8,3) і співвідношення ціни і якості (8,5). Середній бал за усіма дескрипторами становить $\approx 9,2$ бали. Низькі бали за дескрипторами Wi-Fi та співвідношення ціни і якості вказують на те, що адміністрації готелю потрібно попрацювати над двома критеріями: оновити мережу Інтернет і ціни на номери у відповідності до запитів споживачів.

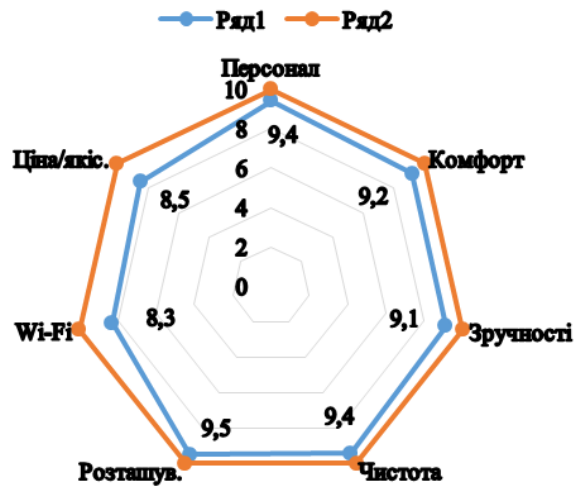


Рис. 4. Профілограма відгуків гостей готелю «Алея Гранд» (ряд 1); еталон (ряд 2)

Джерело: складено авторами на основі [11]

У більшості випадків причини неякісного сервісу в готельній індустрії пов'язані не з відсутністю дорогого обладнання або вишуканості в інтер'єрі, а з відсутністю відповідних стандартів обслуговування або їх недотримання. Зазначені факти визначають важливість розробки та суворого дотримання кожним готелем власного кодексу нормативних параметрів, що стосуються діяльності персоналу, його зовнішнього вигляду, поведінки, організаційних питань технологічних процесів, рівня володіння іноземними мовами для оптимізації обслуговування гостей, володіння концептуальними параметрами діяльності. В індустрії гостинності туристам продається враження. Психологічний комфорт визначає ці нюанси, а також якість пропонованого сервісу.

З метою оптимізації корпоративної культури сфери гостинності авторами рекомендується:

1. Використання корпоративних тренінгів. Такі заходи класифікують на навчальні, розважальні та інтелектуальні.

Заходи, спрямовані на навчання – це різні тренінги: командна взаємодія, формування внутрішніх комунікацій, корпоративні семінари та конференції.

Розважальні корпоративні заходи, мабуть, найширша категорія, яка включає абсолютно всі свята, що відзначаються компанією: День туризму, День народження всіх членів організації і так далі. Форма проведення також може бути абсолютно різною: ресторан, відпочинок на природі, пансіонат, екскурсія в інше місто тощо.

Інтелектуальні корпоративні заходи, насамперед, мають на меті забезпечити особистісний розвиток кожного співробітника: інтенсив-тури, поїздки історичними місцями та інші.

2. Посилення ролі традицій. Власні традиції у роботі компанії, безсумнівно, приносять користь. Основним їх завданням вважатимуться вираз цінностей кожної окремо взятої компанії. Крім того, наявність традицій регулює норми поведінки співробітника в компанії, а також виступає у ролі координатора в особистісних відносинах між співробітниками. Традиції є свого роду кодексом не писаних норм і правил, які компанія встановлює серед своїх співробітників.

3. Оптимізація мотиваційних аспектів. Підприємства використовують різноманітні нефінансові методи трудової мотивації, пов'язані з практичною діяльністю персоналу:

- усвідомлення важливості виконуваної роботи;
- кар'єрний ріст;
- приналежність до відомого підприємства;
- пільги для найкращих працівників;
- зростання економічного становища підприємства;
- спільне керування;
- авторитетність керівників.

Робота з персоналом – це ціла система, спрямована на розумне та ефективне використання особистого потенціалу співробітників, а також постійне формування нових професійних якостей, які сприяють досягненню цілей, поставлених організацією готельного бізнесу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумовуючи, зауважимо, у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності особливу роль відіграє корпоративна культура, що відноситься до рідкісних та найскладніших нематеріальних стратегічних ресурсів, які не лише складно, а й недоцільно копіювати. Кожна компанія повинна створити таку індивідуальну корпоративну культуру, яка відрізнялася б своєю оригінальністю,

надавала б особливий привабливий імідж компанії і водночас визначила б стратегію у створенні своїх конкурентних переваг.

Література

1. Корпоративна культура / [Хаєт Г. Л., Ковалевський С. В., Медведєва О. А. та ін.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
2. Терон І. В. Корпоративна культура в механізмах регулювання соціально-трудомих відносин / І. В. Терон // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 639–643.
3. Вєрезовська І. Г. Формування корпоративної культури та імідж готельного підприємства / І. Г. Вєрезовська // Науковий вісник ПУЕТ. – 2011. – № 6 (51), Ч. 2. – С. 136–140.
4. Полотай Б. Я. Розвиток корпоративної культури в індустрії гостинності / Б. Я. Полотай // Підприємництво і торгівля. – 2016. – № 20. – С. 32–35.
5. Басюк Д. І. Особливості формування організаційної культури підприємств сфери гостинності / Д. І. Басюк // Економічні науки. Scientific Journal «ScienceRise». – 2016. – № 3/1(20). – С. 26–29.
6. Марковська О. В. Корпоративна культура в індустрії гостинності / Оксана Вячеславівна Марковська. – Парад Готелів, 2005. – 265 с.
7. Гриценко Н. В. Особливості формування корпоративної культури організації / Н.В. Гриценко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 59. – С. 284–290.
8. Попик М. М. Корпоративна культура підприємств сфери туризму та індустрії гостинності: сутнісно-структурний аналіз / М. М. Попик, Р. С. Шулла, У. Я. Ханас // Інфраструктура ринку. – 2020. Випуск 44. – С. 112–119.
9. Шаповал О. А. Корпоративна культура як складова корпоративного управління [Електронний ресурс] / О. А. Шаповал // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2021. – Режим доступу : URL <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/120.pdf>.
10. Ятченко А. О. Особливості формування та оцінювання організаційної культури підприємства у сфері готельних послуг [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2018. – Режим доступу : <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1203>.
11. Готель «Алея Гранд». 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.booking.com/hotel/ua/alleya-grand.uk.html#tab-reviews>.

References

1. Korporatyvna kultura / [Khaïet H. L., Kovalevskiy S. V., Medvedieva O. A. ta in.]. – K. : Tsentri navchalnoi literatury, 2003. – 403 s.
2. Teron I. V. Korporatyvna kultura v mekhanizmax rehulivannia sotsialno-trudovykh vidnosyn / I. V. Teron // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2015. – № 6. – S. 639–643.
3. Verezovska I. H. Formuvannia korporatyvnoi kultury ta imidzh hotelnoho pidpriemstva / I. H. Verezovska // Naukovyi visnyk PUET. – 2011. – № 6 (51), Ch. 2. – S. 136–140.
4. Polotai B. Ya. Rozvytok korporatyvnoi kultury v industrii hostynnosti / B. Ya. Polotai // Pidpriemnytstvo i torhivlia. – 2016. – № 20. – S. 32–35.
5. Basiuk D. I. Osoblyvosti formuvannia orhanizatsiinoi kultury pidpriemstv sfery hostynnosti / D. I. Basiuk // Ekonomichni nauky. Scientific Journal «ScienceRise». – 2016. – № 3/1(20). – S. 26–29.
6. Markovska O. V. Korporatyvna kultura v industrii hostynnosti / Oksana Viacheslavivna Markovska. – Parad Hoteliv, 2005. – 265 s.
7. Hrytsenko N. V. Osoblyvosti formuvannia korporatyvnoi kultury orhanizatsii / N.V. Hrytsenko // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2017. – № 59. – S. 284–290.
8. Popyk M. M. Korporatyvna kultura pidpriemstv sfery turyzmu ta industrii hostynnosti: sutnisno-strukturnyi analiz / M. M. Popyk, R. S. Shulla, U. Ya. Khanas // Infrastruktura rynku. – 2020. Vypusk 44. – S. 112–119.
9. Shapoval O. A. Korporatyvna kultura yak skladova korporatyvnoho upravlinnia [Elektronnyi resurs] / O. A. Shapoval // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2021. – Rezhym dostupu : URL <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/120.pdf>.
10. Yatchenko A. O. Osoblyvosti formuvannia ta otsiniuvannia orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva u sferi hotelnykh posluh [Elektronnyi resurs] // Efektyvna ekonomika. – 2018. – Rezhym dostupu : <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1203>.
11. Hotel «Aleia Hrand». 2022 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.booking.com/hotel/ua/alleya-grand.uk.html#tab-reviews>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-43>

УДК 338.487

Сергій КАЛІНІЧЕНКО

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3958-4763>

Тетяна ВЛАСЕНКО

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9515-2423>

Юрій ВІТКОВСЬКИЙ

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-5806-8671>

Андрій ГРІБНИК

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0266-3006>

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

Сучасна система організованого масового туризму характеризується тим, що кінцеві покупці, взаємодіючи з виробниками первинних туристичних послуг, користуються послугами туроператорів, діяльність яких полягає в розробленні туристичного продукту, його реалізації та координації взаємодії між зазначеними ринковими сторонами під час виробництва та споживання первинних туристичних послуг. Водночас в умовах організованого туризму в ринкових транзакціях об'єктом купівлі-продажу є не окремі первинні туристичні послуги (призначаються для безпосереднього задоволення потреб туриста), а комплексний туристичний продукт як сукупність послуг, який реалізується туроператором безпосередньо або через посередницькі структури (турагенції). Асортиментна політика як частина збутової політики підприємства полягає насамперед у формуванні виробничо-збутової програми, тобто визначенні тих видів продукції (послуг), які будуть реалізовуватися на окремих ринках збуту у плановому періоді. Відповідно до поділу цілей підприємства на довгострокові та короткострокові відбувається структурування асортиментної політики на стратегічну та оперативну складову. Для управління асортиментною політикою керівництво підприємства має ретельно вивчити та оцінити ситуацію, що склалася у зовнішньому середовищі, виявити внутрішні резерви, що дозволяють провести заходи щодо вдосконалення асортименту. Оцінки потребують поточний попит у галузі різні види послуг, що дозволить ефективно управляти асортиментом. Управління асортиментом продуктів або послуг можуть заважати внутрішні проблеми організації, що накопичилися, тому слід проаналізувати стан справ, вирішити проблеми за їх наявності і лише після цього впроваджувати заходи щодо зміни асортименту

Ключові слова: асортиментна політика, індустрія туризму, туристичні послуги, способи оцінки асортиментної політики.

Sergiy KALINICHENKO, Tetiana VLASENKO,

Yurii VITKOVSKIY, Andrey GRIBINYK

State Biotechnological University

FORMATION OF THE RANGE OF SERVICES - A PRIORITY DIRECTION OF MARKETING ACTIVITY OF A TRAVEL FIRM

The modern system of organized mass tourism is characterized by the fact that end buyers, interacting with producers of primary tourism services, use the services of tour operators, whose activity is to develop a tourism product, its implementation and coordination of interaction between these market parties in the production and consumption of primary tourism services. At the same time, in the conditions of organized tourism in market transactions the object of purchase and sale are not individual primary tourist services (intended to directly meet the needs of tourists), but a complex tourist product as a set of services sold by a tour operator directly or through intermediary structures (travel agencies). Assortment policy as part of the sales policy of the enterprise is primarily in the formation of production and sales program, ie the definition of those types of products (services) that will be sold in certain markets in the planning period. In accordance with the division of the company's goals into long-term and short-term, the assortment policy is structured into a strategic and operational component. To manage the assortment policy, the company's management must carefully study and assess the situation in the external environment, identify internal reserves that allow for measures to improve the range. Estimates require current demand in the field of various services, which will effectively manage the range. The management of the range of products or services may be hindered by the internal problems of the organization that have accumulated, so you should analyze the state of affairs, solve problems if they exist and only then implement measures to change the range

Key words: assortment policy, tourism industry, tourist services, methods of assortment policy evaluation.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Формування ринкової економіки викликало необхідність переорієнтації надання послуг задоволення потреб і запитів конкретних груп споживачів, а чи не міфічного середнього споживача, що має універсальними характеристиками.

Структура асортименту пропонованих ринку турпродуктів повинна регулярно піддаватися аналізу, щоб визначити, які продукти якій стадії свого життєвого циклу перебувають. Це здійснюється у вигляді вивчення показників збуту окремих послуг, займаної кожної їх часткою ринку, величини витрат і рівня рентабельності. Крім того, структура продуктового ряду повинна бути збалансована з точки зору розмірів одержуваного прибутку та різноманітності послуг, оскільки достатня кількість різних продуктів в арсеналі туристського підприємства захищає його від несподіваних наслідків, пов'язаних зі зміною кон'юнктури ринку та потреб клієнтів.

Для виживання в конкурентній боротьбі необхідне постійне забезпечення осіб, які приймають рішення, максимально достовірною інформацією. Фірма має визначити, на які продукти та які ринки слід звертати основну увагу, а також чітко сформулювати, чого саме вона прагне досягти за допомогою новинок. Стартовим майданчиком для створення новинок є споживачі. За їхніми потребами та потребами можна стежити за допомогою опитувань клієнтури, групових обговорень, листів, що надходять, і скарг. Крім того, фірмі необхідно стежити за товарами конкурентів, виявляючи серед них найпривабливіші для покупців. Асортиментна політика туристичного підприємства передбачає визначення набору асортиментних груп, найбільш доцільних з погляду підвищення економічної ефективності діяльності підприємства, як і тактичному, так і у стратегічному періоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз асортиментної політики підприємства надає можливість визначити, що є найбільш актуальним для розвитку підприємства та підвищення його обсягів. Підвищення рівня ефективності управлінської діяльності в веденні асортиментної політики відіграє провідну роль в успішному вирішенні економічних і соціальних завдань. Певні наукові розробки з питань формування асортиментної політики на підприємствах в сферах надання послуг досліджували такі вітчизняні і зарубіжні вчені, зокрема Г. Л. Багієв, А. Ф. Баришев, Б. Берман, С. В. Близнюк, С. С. Гаркавенко, Дж. Еванс, С. В. Захаров, О. М. Книшова, Ф. Котлер, М. А. Окландер та ін. В той же час, практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань організації асортиментної політики підприємства, перш за все, її формування в нових умовах господарювання

Формулювання цілей статті аналіз асортиментної політики як напрямку маркетингової діяльності туристичної фірми

Виклад основного матеріалу дослідження

Важливу роль товарній політиці грає управління асортиментом (номенклатурою), головною метою якого є його оптимізація.

У процесі оптимізації управлінські впливи спрямовуються на основні параметри номенклатури (асортименту):

- широту – це сума складових її асортиментних груп;
- глибину – число варіантів кожного товару(послуги) у межах асортиментної групи;
- насиченість - це загальна кількість всіх вироблених (продаються) послуг;
- гармонійність – ступінь близькості між товарами різних асортиментних груп із погляду спільності кінцевого використання.

Управління формуванням асортименту послуг – один із основних напрямків діяльності туристичного підприємства. Без планомірної асортиментної політики неможливе успішне функціонування підприємства у даній сфері, оскільки насамперед саме асортимент туристичної компанії приваблює клієнтів.

Успішна асортиментна політика туристичної організації може стати стабільною конкурентною перевагою на ринку.

Мета формування асортиментної політики – створення максимально раціонального, різноманітного та оптимального пакету продуктів та послуг

щодо покупця, конкурентів та власної місії організації.

З метою уточнення сутності асортиментної політики необхідно розглянути основні завдання, які вона вирішує. Головним завданням виступає задоволення споживчих потреб, для вирішення якої необхідно проводити глибоку сегментацію та диференціацію ринку.

Іншим важливим завданням є оптимізація фінансових результатів підприємства. Варто зазначити, що формування асортименту нерідко здійснюється на основі передбачуваної та очікуваної величини прибутку.

Асортиментна політика має забезпечити дотримання принципу синергізму, що дозволяє розширити область послуг, що надаються, пов'язаних між собою деякою логічною залежністю (наприклад, певною технологією).

Єдина асортиментна політика туристського підприємства спирається на ряд основних методологічних принципів, аналіз яких допоможе при розробці факторного комбінаційного методу управління туристським підприємством на основі асортиментних комплексів. Перерахуємо ці принципи:

- 1) принцип довготривалої стратегічної орієнтації;
- 2) принцип синергізму;
- 3) принцип стратегічної гнучкості.

Важливість формування адекватної асортиментної політики та управління туристським підприємством на основі асортиментних комплексів обумовлені такими найважливішими постулатами, на які вказують і провідні фахівці у галузі туризму:

- 1) асортиментна політика є основним керованим фактором, що впливає на підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства;
- 2) адекватна асортиментна політика вирішує широке коло завдань, вкладених у забезпечення успішної комерційної діяльності туристського підприємства;
- 3) асортиментна стратегія туристичної фірми розробляється виходячи з умов множинності варіантів, основними з яких є: диверсифікація, вузька спеціалізація, диференціація.

Мета підприємства – підвищити конкурентні позиції на споживчому ринку, тому при розробці асортиментної політики важливо мати уявлення про його стратегічні цілі, про відповідність внутрішніх можливостей підприємства ринковим вимогам та запитам, щоб раціонально використати потенціал підприємства.

Асортимент завжди повинен відповідати очікуванням найбільшої кількості цільового сегмента споживачів.

Таким чином, складовими асортиментної політики туристичного підприємства є [2]:

- сегментація ринку туристичних послуг та подальший вибір цільових сегментів;
- вивчення актуальних потреб та вимог споживачів до туристичних послуг;
- визначення набору туристичних послуг, що відповідає вимогам споживачів;
- вибір найбільш ефективного методу для формування асортименту у поточних умовах функціонування підприємства;
- безпосередньо розробка асортиментної стратегії реалізації послуг.

При побудові асортиментної політики як у туристичному бізнесі, так і в будь-якій іншій організації слід враховувати об'єктивні фактори зовнішнього середовища (купівельна спроможність населення, сезонність, місце знаходження туристичного підприємства, поява інновацій на ринку, існуюча на даний момент спрямованість туризму та ін.) та суб'єктивні фактори зовнішнього середовища (наявність або відсутність особливої спеціалізації, вид туристичного підприємства (агентство або оператор), його ресурси та можливості тощо), що впливають на діяльність компанії.

Щоб підвищити якісний показник асортименту підприємства, необхідно переконатися, що при його створенні були визначені реальні та прогнозовані споживчі потреби, постачальники необхідних товарів та послуг, ступінь фінансових можливостей організації, основні напрямки цього процесу та ступінь раціональності асортименту, що створюється.

Формуючи асортимент, турфірми вирішують відразу кілька питань: розширення асортименту, його стабілізація, своєчасне оновлення та вдосконалення, гармонізація та скорочення [3].

Розширення асортименту є зміною складу товарів та послуг, реалізованих компанією, шляхом додавання нових одиниць. Це може бути пов'язано зі зміною споживчого попиту, конкурентної пропозиції та появи високорентабельних проектів. Поняття стабілізації асортименту досить далеке від туристичного бізнесу, оскільки вона є процес формування набору послуг та товарів, що відрізняються високим ступенем стійкості щодо ринку.

Говорячи про набір туристичних послуг, він постійно доповнюється (наприклад, появою нових видів туризму, підвищенням уваги до тієї чи іншої країни, науковим прогресом тощо. буд.).

Оновлення асортименту - поняття досить схоже з поняттям його розширення, проте між ними є важлива різниця. У першому випадку до уваги беруться тільки ті продукти та послуги, які вважаються новими щодо ринку, друге ж поняття включає в себе навіть повернення до минулого. Проте всі ці доповнення так чи інакше спираються на ті самі орієнтири.

Гармонізація асортименту існує, щоб оцінити його склад і порівняти його з успішнішими аналогами з метою наблизитися до них, ґрунтуючись на особливостях життєдіяльності цієї організації.

Скорочення асортименту – процес виключення тієї чи іншої послуги або товару із загального переліку, виходячи з таких явищ, як зниження попиту та збитковість їх реалізації.

Удосконалення асортименту є комплексний процес зміни асортименту товарів та послуг. Він може включати будь-який з вищеперелічених процесів, проте всі вони виконуються послідовно і спільно. Це робиться з тією метою, щоб асортимент не просто був якісно та кількісно розвинений, а й був раціонально та грамотно побудований з метою оптимізації процесів. Оптимізація асортименту передбачає також виняток із асортименту тих товарів чи послуг, які користуються попитом. Асортимент туристичних товарів та послуг є сукупність всіх видів турів чи послуг, запропонованих компанією. Всі туристичні послуги всередині асортименту об'єднані за якоюсь ознакою.

Залежно від широти охоплення товарів розрізняють такі види асортименту:

- простий асортимент - набір товарів, представлений невеликою кількістю груп, видом та найменувань, який задовольняє обмежену кількість споживачів (наприклад, соціальні тури);

- складний асортимент - набір товарів, представлений значною кількістю груп, видів, різновидів, найменувань товарів, які відповідають різноманітним потребам (наприклад, туроператор країною);

- груповий асортимент – набір однорідних товарів, об'єднаних спільністю ознак та задовольняючих різні потреби (бізнес-тури, лікувально-оздоровчі тури, екскурсійні).

Складовими частинами групового асортименту є видовий та марочний асортимент. Видовий асортимент – набір товарів різних товарів та найменувань (авіа-тури, круїзи, автобусний, залізничний). Марочний асортимент – набір товарів одного виду марочних найменувань (соціальні, елітні тури).

Асортимент турфірми може бути різних видів в залежності від того, який у компанії профіль діяльності. Асортимент може бути широким або вузьким, виходячи з варіативності географічних напрямків та способів трансферу (автобусний тур, тур з авіаперельотом, сплав по річці тощо). Крім того, розрізняють глибокий і дрібний асортимент (залежно від того, наскільки великий вибір послуг усередині одного напрямку).

Таким чином, структура асортименту турфірми є безліччю модифікацій турів і сукупністю окремих туристичних послуг, які може запропонувати клієнту компанія.

Туристичні послуги – це результат діяльності підприємств, орієнтований на споживача (туриста), враховуючи його побажання, інтереси та заснований на забезпеченні безпеки його життя та здоров'я [4].

Туристичний продукт формується з різноманітності окремих послуг, що є результатом діяльності готельних комплексів, підприємств харчування, екскурсійних, освітніх та транспортних компаній, а також інших організацій, причетних до сфери туризму.

У процесі формування асортименту турфірми можуть використовувати як наявні у основі турпродукти, і впроваджувати нові. Це можна зробити декількома способами: розробити власний продукт, покращити наявні продукти, скористатися за допомогою партнерів.

Безпосереднім створенням туристичного продукту займається туроператор. Реалізація туристичних товарів та окремих послуг відбувається у вигляді діяльності турагентств. Сукупність усіх послуг та продуктів, які реалізує туристичне агентство, складає його асортимент. Вони можуть продавати готові тури різних туроператорів, допомагати туристам (наприклад, пошуку житла або перельоту), а також створювати власні готові турпродукти. Проте остання функція не є профільною особливістю турагентства.

Однією з основних документів асортиментної політики організації є асортиментна матриця. Він містить у собі докладно описаний структурований список всіх позицій, реалізованих цією компанією, і основні принципи його побудови.

Створення матриці та відповідний їй процес реалізації товарів та послуг виробляються за фактом аналізу маркетингової стратегії організації. Це відбувається у кілька етапів.

По-перше, необхідно визначити цільову аудиторію, розділивши її на групи. Розглядаючи туристичний бізнес, важливо розуміти, який сегмент споживачів купуватиме послуги. Якщо йдеться про бюджетну агенцію, до якої здебільшого приходять люди з низьким та середнім статком, тоді не варто купувати та реалізовувати тури рівня «люкс».

По-друге, вивчається асортиментна політика інших підприємств у галузі. Щоб зробити свою діяльність ефективною, туристичній компанії потрібно мати можливість зробити клієнту настільки вигідну пропозицію, щоб думка відвідати конкуруючу агенцію не виникла. Крім того, досвід інших організацій у цій сфері може стати основним позитивним або негативним прикладом для створення власної асортиментної матриці.

По-третє, виробляється умовне поділ всіх наявних товарів та послуг групи і визначається середній рівень цін кожної з них. У цьому цінове різницю між сформованими групами має бути істотним, інакше втрачається основна сутність цього етапу.

По-четверте, відбувається детальний розгляд всього спектру пропонованих позицій шляхом виділення категорій, підкатегорій та окремих одиниць. Це значною мірою спрощує роботу з асортиментом будь-якої організації. Так, можна помітити, що кожному клієнту, який хоче купити тур, попередньо задається кілька питань, відповіді на які дозволяють відкинути цілі категорії турпродуктів та сконцентруватися більш вузькому переліку одиниць.

Потім слід переконатися, що створений асортимент товарів та послуг складено повно та пропорційно. Суть асортиментної політики на даному етапі - вивчити ринок так, щоб кожна реалізована одиниця була в необхідній кількості, інакше компанія почне зазнавати збитків.

Зроблений шлях приведе до побудови грамотно опрацьованої та логічної асортиментної матриці. Перевагами даної матриці є:

- простота та доступність використання;
- гнучкість;
- спрощення процесу прийняття рішень про впровадження;
- більше змінних для аналізу;
- наочне структурування.

Недоліки матриці:

- відсутність проміжних, середніх значень;

- суб'єктивність з боку персоналу при використанні матриці;
- обмеження параметрів двома характеристиками.

Варто звернути увагу, що аналогічні технології операції можуть надати значну допомогу і на початковому етапі пошуку ідей. Матриця оцінки необхідності впровадження асортименту туристичного продукту ринку також може застосовуватися на етапі відбору ідей для прийняття рішення про подальше впровадження та освоєння, що дозволить заощадити час та зусилля персоналу туристичного підприємства. При побудові подібної матриці, отримаємо щонайменше чотири типові групи ідей – належних подальшого впровадження, перегляду, переробки чи категоричного усунення. Далі вже від виконання та здійснення залежатиме, який туристичний продукт буде впроваджено в асортимент туристичного підприємства.

Не слід забувати і про те, що якісний показник асортименту зростає, якщо до його складу входять брендовані товари. Це необхідно враховувати при побудові матриці, так як такі товари та послуги впливають на імідж компанії, залучають більше покупців (особливо, якщо ціна нижча за середньоринкову) і органічно доповнюють загальний асортиментний перелік в цілому.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, управління асортиментною політикою — це діяльність організації з оптимізації набору товарів(послуг), що їй реалізуються. Формування асортименту має відбуватися випадково. Воно будується на певних принципах і спирається на фактори внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Основні питання, які вирішує асортиментна політика: що, в якому обсязі та за якою ціною реалізовуватиме ця компанія. Крім того, недостатньо просто створити ефективний набір послуг, необхідно постійно вивчати ринок та вносити зміни до існуючого асортименту, якщо це необхідно.

Література

1. Багиев Г.Л. Маркетинг : учебник для вузов. 3-е изд. СПб : Питер, 2010. 576 с.
2. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства : навчальний посібник. К. : Музична Україна, 2002. 196 с.
3. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник. К. : Рокор, 2001. 200 с.
4. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход ; пер. с англ. – М., 2003. 1183 с.
5. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг : учеб.-метод. пособие. Минск : БГЭУ, 2008. 209 с.
6. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку : монографія. К. : Політехніка, 2003. 384 с.
7. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. К. : Лібра, 2002. 712 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. М. : Прогресс, 1993. 736 с.

References

1. Bahyev H.L. Marketynh : uchebnyk dlia vuzov. 3-e izd. SPb : Piter, 2010. 576 s.
2. Zabaldina Yu.B. Marketynh turystychnoho pidpryemstva : navchalnyi posibnyk. K. : Muzychna Ukraina, 2002. 196 s.
3. Sokol T.H. Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini : navchalnyi posibnyk. K. : Rokor, 2001. 200 s.
4. Berman B. Roznichnaja trgovlja: strategicheskij podhod ; per. s angl. – M., 2003. 1183 s.
5. Birickaja N.M. Turoperejting : ucheb.-metod. posobie. Minsk : BGJeU, 2008. 209 s.
6. Blyzniuk S.V. Marketynh v Ukraini: problemy stanovlennia ta rozvytku : monohrafiia. K. : Politekhnik, 2003. 384 s.
7. Harkavenko S.S. Marketynh : pidruchnyk. K. : Libra, 2002. 712 s.
8. Kotler F. Osnovy marketynha. Per. s anhl. M. : Prohress, 1993. 736 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-44>

УДК 355.01(470+477)«20»:338.439

Руслан МУДРАК

<https://orcid.org/0000-0003-1189-5463>

Уманський національний університет садівництва

ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ГЛОБАЛЬНЕ ТА ВНУТРІШНЄ ПРОДОВОЛЬЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У статті досліджується вплив російсько-української війни на перспективи постачання української агропродовольчої продукції на глобальний і внутрішній продовольчий ринок. Робиться обґрунтоване припущення, що внаслідок військових дій скорочення експорту української зернової продукції зумовлює безпрецедентне зростання продовольчих цін на світовому ринку та загострення глобальної проблеми голоду. Стверджується, що фактичні запаси продовольства та планові обсяги сільськогосподарського виробництва України – достатні для забезпечення її внутрішніх потреб. Доведено, що відновлення українського агропродовольчого експорту в попередніх обсягах можливе лише за умови припинення бойових дій, повернення контролю над усіма портами та розблокування азовського та чорноморського цивільного судноплавства, оскільки можливості логістики транспортних комунікацій на суші не перевищують 1 млн тонн зерна на місяць.

Ключові слова: війна, продовольча криза, зерно, скорочення експорту, ціни, бідні країни, голод, внутрішнє забезпечення.

Ruslan MUDRAK

Uman National University of Horticulture

THE INFLUENCE OF THE RUSSIAN UKRAINIAN WAR ON GLOBAL AND DOMESTIC FOOD SUPPLY

Under fictitious pretexts, Russia has unleashed an unprovoked war against Ukraine that is spreading beyond our country. One of the most tragic consequences of this war is the intensification of the global problem of hunger. Ukraine and Russia are among the leading suppliers of food to the global market - they account for 25.4% of world wheat exports and 17.6% of coarse grain. Forecasts of declining exports of their grain products have provoked an unprecedented rise in global food prices. The critical dependence of the global food market on Ukrainian agri-food exports has formed in the segment of sunflower oil - Ukraine accounts for almost 50% of the relevant market. As Ukraine's share in the structure of global sunflower oil production is 30.6%, it is impossible to find a replacement in the short term. Together with the risks of sanctions restrictions on Russian exports, this led to an increase in world prices for sunflower oil from 1,700 to 2,250 dollars for 1 t. Many poor countries that are currently facing a catastrophic food shortage are buyers of Ukrainian grain products - until recently, Ukraine was the main supplier of wheat grain to Ethiopia, Lebanon and Pakistan. Ukraine has been a major supplier of corn grain to China - in 2021 it accounted for 78.3% of Chinese imports of these products. Blocking the export of Ukrainian corn threatens to reduce the number of pigs in China and reduce the production of relevant products.

The resumption of Ukrainian agri-food exports in the previous volumes is possible only if the cessation of hostilities, the return of control over all ports and the unblocking of Azov and Black Sea civilian shipping. Because the possibilities of logistics of transport communications on land do not exceed 1 million tons of grain per month. There are grounds for restrained optimism about Ukraine's domestic food security on the following basis: the country has stocks of wheat, corn, sunflower oil, basic products for 3-5 years; according to various forecasts in Ukraine this year is expected to produce cereals and legumes, technical and other crops in sufficient quantities for domestic food supply; the forced sharp reduction in exports of Ukrainian grain products may lead to its redirection to the feeding of farm animals and increase meat production in areas where there is no fighting.

Key words: war, food crisis, grain, reduction of exports, prices, poor countries, famine, domestic provision.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Неспровокована війна, яку РФ під вигаданими приводами розв'язала проти України, спричинила гуманітарну та економічну катастрофу, що поширюється за межі нашої країни. Загибель мирного населення, вимушена внутрішня міграція та еміграція, втрата майна, руйнування житла, промислових і сільськогосподарських підприємств, виробничої та соціальної інфраструктури, блокування українських морських портів, різке падіння виробництва, зростання безробіття, повсякденне буття українців на межі фізичного та економічного виживання – ось неповний перелік лих, які спричинила російська військова агресія. Один катастрофічний наслідок війни слід виділити окремо – це голод.

Сотні тисяч українців, які перебувають на окупованих територіях уже потерпають від голоду. Внаслідок ведення бойових дій мають місце суттєві проблеми із організацією весняно-польових робіт та посівної кампанії-2022. Паралельно з цим збройні сили росії завдають цілеспрямованих ударів по продовольчих складах. Це може спричинити продовольчу кризу в масштабах усієї країни. Однак, продовольча криза може мати міжнародний масштаб. Адже на Україну та РФ припадає 25% світового експорту пшениці і 17,6% інших видів зерна (coarse grain). Тобто більше 40% світового експорту зерна припадає на Україну, яка стикнулася із непереборними обставинами, що обмежують виробництво, і РФ, яка знаходиться під санкціями. Тому в зоні високих продовольчих ризиків опинилося багато країн з низькими доходами. За сумною іронією, резолюцію Генеральної асамблеї ООН, яка вимагала від РФ негайно вивести

війська з України, не підтримали країни, що найімовірніше постраждають від глобальної продовольчої кризи, спричиненої російською агресією – це Алжир, Ангола, Бангладеш, Болівія, Бурунді, ЦАР, Конго, Північна Корея, Куба, Сальвадор, Екваторіальна Гвінея, Еритрея, Лаос, Мадагаскар, Малі, Мозамбік, Намібія, Нікарагуа, Пакистан, Сирія, Сенегал, Південна Африка, Південний Судан, Судан, Шрі Ланка, Таджикистан, Уганда, Танзанія, Зімбабве та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Події, що розпочалися в Україні 24 лютого 2022 року, безпрецедентні як за характером, так і за масштабом. Регіональний військовий конфлікт загрожує перерости в міжнародний, що, поза всяким сумнівом, зумовить глобальну продовольчу кризу. Це цілком новий досвід, що потребує вивчення. Адже після закінчення Другої світової війни, на європейському континенті вперше спалахнув міждержавний військовий конфлікт сторонами якого є дві країни, що відіграють важливу роль у глобальному продовольчому постачанні. Тому природно, що публікацій на дану тематику, за виключенням аналітичних оглядів авторитетних міжнародних (ФАО, ОЕСР і т.д.) та урядових організацій (Міністерство сільського господарства США), майже не має.

Формулювання цілей статті

Методологічною та теоретичною основами дослідження є економічна теорія, аналітичні огляди та статистичні дані авторитетних міжнародних й урядових організацій тощо. У процесі дослідження використовувалися такі методи: абстрактно-логічний, наукової гіпотези, емпіричний, рядів динаміки, середніх величин та ін.

Виклад основного матеріалу

Україна є одним із провідних постачальників продовольства на глобальний ринок (табл. 1).

Таблиця 1

Частка українського експорту окремих видів агропродовольчої продукції у світовому, %*

Продовольство	1990 р.	У середньому за період, років			2021 р.
		1991–2000	2001–2010	2011–2020	
Зерно пшениці	0	1,0	4,3	8,1	10,5
Зерно кукурудзи	0	0,2	2,7	14,1	16,9
Інше зерно крім пшениці і кукурудзи	0	1,7	11,8	9,4	10,2
Боби соєві	0	0,0	0,3	1,6	1,2
Протеїн рослинний	0	0,4	2,2	4,9	5,9
Олія рослинна	0	0,8	2,9	6,3	7,5

*Примітка: розраховано за даними [1, 2, 5]

Впродовж останніх 30 років квота української агропродовольчої продукції на глобальному ринку постійно зростала, досягнувши рекордних показників у 2021 р. Має місце залежність багатьох країн від експорту українського зерна пшениці і кукурудзи. Якщо говорити про критичну залежність, то вона сформувалася у глобальному сегменті соняшникової олії. Наразі частка українських рослинних олій в структурі глобального експорту відповідної продукції в цілому становить 7,5%, проте в сегменті соняшникової олії у 2021/22 маркетинговому році цей показник досяг 47,2%. При чому знайти заміну українській продукції в короткостроковій перспективі не видається можливим оскільки частка України в структурі її глобального виробництва становить 30,6%. На частку рф, яка знаходиться під санкціями та має суттєві труднощі із просуванням своєї продукції на глобальний ринок, припадає 30% глобального експорту соняшникової олії та 28% виробництва. В сукупності це призвело до різкого зростання її світової ціни – з 1700 до 2250 дол. \$ за 1 т [5].

На частку України і рф припадає 43% світового експорту пшениці і кормового зерна. Транспортні комунікації в Чорному морі знаходяться в зоні бойових дій, що, по суті, унеможливило їх використання – після того, як росіянами було потоплено та захоплено кілька цивільних суден, іноземні судноплавні компанії та страхові агентства, враховуючи існуючі ризики, встановлюють таку плату за свої послуги, яка робить нерентабельним їх використання. Росія, як країна-агресор, перебуває під санкціями, що суттєво ускладнює рух її зернової продукції на глобальний ринок. В сукупності це зумовило різке зростання світових цін на пшеницю і кукурудзу. Наприклад, в ЄС котирування зросли на безпрецедентні 150 доларів за тонну через очікування оновленого та сильного попиту з Близького Сходу та Північної Африки. Найбільше зросли ціни в США – до 162 доларів за тонну, що також враховує суху погоду в Канзасі, Оклахомі та Техасі, яка викликала занепокоєння щодо стану врожаю озимої пшениці. Згідно з даними Міжнародної зернової ради (IGC) за останніх 20 років, ціна кукурудзи вперше для найбільшого її експортера (США) досягла 350 доларів за тонну. На початку березня ставки для всіх основних експортерів були рекордними. Наприклад, ціни на українську кукурудзу зросли на 56 доларів, досягнувши 340 дол. за тонну [2–4].

Отже, світовий продовольчий ринок відреагував на початок російсько-української війни різким зростання цін основних видів агропродовольчої продукції. В зоні високих ризиків продовольчої кризи опинилися країни з низьким рівнем доходів. Населення більшості таких країн має досвід тимчасового або хронічного голоду. Наприклад:

- у Єгипті понад 32,5% громадян живуть за межею бідності, що робить недоїдання та голод в Єгипті актуальною проблемою;
- у Ємені рівень недоїдання серед жінок і дітей залишається одним з найвищих у світі: 1,2 мільйона вагітних або жінок, які годують груддю, і 2,3 мільйона дітей віком до 5 років потребують лікування від гострого недоїдання;
- в Індонезії 14,3 відсотка населення живуть за межею бідності, а 19,4 мільйона людей не можуть задовольнити свої харчові потреби;
- у Бангладеш 40 мільйонів людей залишаються без продовольства, а 11 мільйонів страждають від гострого голоду;
- в Ефіопії 5,9 млн. осіб страждають від гострої нестачі продуктів харчування;
- у Лівані 22% домогосподарств відчувають нестачу продовольства;
- у Пакистані 20,5% населення недоїдають, 44% дітей до 5 років відстають у розвитку [6].

Майже усі країни, що наразі опинилися перед загрозою катастрофічного дефіциту продовольства, є покупцями української зернової продукції, причому Україна до останнього моменту була для них головним постачальником (рис. 1).

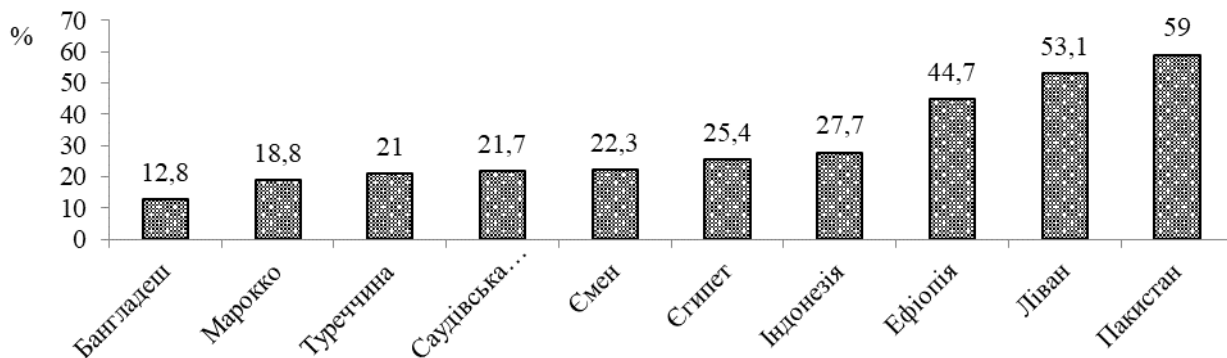


Рис. 1. Частка України в імпорті зерна пшениці окремих країн Азії та Африки, %*

*Примітка: побудовано за даними [1, 2]

Що стосується експорту української кукурудзи, то найбільшими її покупцями за останніх 5 років були Єгипет, Туреччина, Іран та Китай (рис. 2).

Блокування експорту української кукурудзи уже поставило питання про загрозу скорочення поголів'я свиней в Китаї та зменшення виробництва відповідної продукції. Поголів'я цих тварин в Китаї становить понад 400 млн гол. і є найбільшим у світі [7]. Для його годівлі потрібно щонайменше 120 млн. тонн кормового зерна. Середньорічна частка української кукурудзи у даному обсязі складала понад 8% або 10,1 млн т.

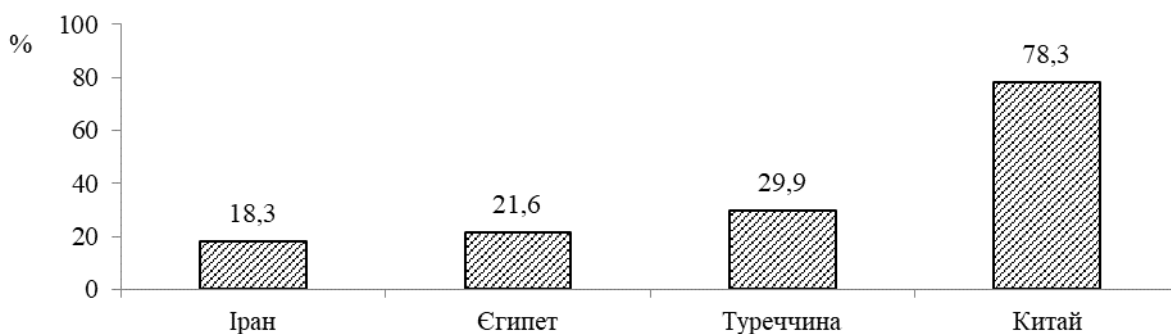


Рис. 2. Частка України в імпорті зерна кукурудзи окремих країн Азії та Африки, %*

*Примітка: побудовано за даними [1, 2]

Відновлення українського агропродовольчого експорту у попередніх обсягах можливе лише при умові припинення бойових дій, повернення контролю над усіма портами та розблокування азовського і чорноморського цивільного судноплавства. Можливості логістики транспортних комунікацій на суходолі є вкрай обмеженими. Наприклад, АТ «Укрзалізниця» пропонує експортерам перевантажувати зерно на 12 терміналах. Наразі найбільше вагонів сконцентровано на трьох прикордонних переходах – «Ізов» (шлях на Польщу), «Ужгород» (шлях на Словаччину) та «Чоп» (шлях на Словаччину). Разом з тим, пропускна

спроможність усіх 12 терміналів, що розташовані на західному кордоні України, не перевищує 1 млн т зерна на місяць [8].

Попри небезпеку продовження військових дій є підстави для стриманого оптимізму стосовно внутрішнього продовольчого забезпечення України. Таке припущення ґрунтується на кількох фактах.

Перш за все, в країні сформовано продовольчі резерви на тривалий період. За заявою керівника офісу президента Шурми Р. в країні на складах і елеваторах сформовано запаси пшениці, кукурудзи, соняшникової олії, базових продуктів, яких має вистачити на 3–5 років [9].

Попри ведення бойових дій, в більшості областей України (у 20) розпочалися весняно-польові роботи в ході яких відбувається посів ранніх та пізніх зернових культур. За прогнозом експертів аналітичного агентства «АПК-Інформ» виробництво зернових і олійних культур у 2022 році в Україні попередньо оцінюється на рівні 53,3 млн тонн, що на 51% нижче за рекордний показник попереднього сезону. Урожай зернових цього року може бути найнижчим за останні 10 років, а олійних – за 15 років [10]. Згідно з прогнозами експертів компанії «Latifundist» за різними сценаріями виробництва, в 2022 році урожай зернових та зернобобових культур становитиме від 55,1 до 70,5 млн тонн, технічних культур від 23 до 28 млн тонн [11]. Цього цілком достатньо для повного забезпечення внутрішніх потреб у відповідному продовольстві. Наприклад, в 2020 р. внутрішнє споживання зерна склало 20082 тис. тонн, в тому числі:

- витрати на корми – 10343 тис. тонн;
- витрати на посів – 2247 тис. тонн;
- втрати – 1073 тис. тонн;
- переробка на нехарчові цілі – 1040 тис. тонн;
- фонд споживання – 5379 тис. тонн [12].

Враховуючи вимушене різке скорочення обсягів експорту української зернової продукції, можна очікувати збільшення її спрямування на внутрішні потреби, зокрема на годівлю худоби. Це дозволяє припустити ймовірність збільшення обсягів виробництва м'яса у областях, на території яких не відбувається бойових дій.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі:

1. Неспровокована війна, яку рф під вигаданими приводами розв'язала проти України, спричинила гуманітарну та економічну катастрофу, що поширюється за межі нашої країни. Одним із найбільш трагічних наслідків цієї війни є посилення глобальної проблеми голоду.

2. Україна та рф входять в групу провідних постачальників продовольства на глобальний ринок – на їх частку припадає 25,4% світового експорту пшениці і 17,6% кормового зерна (coarse grain). Прогнози скорочення експорту їх зернової продукції уже спровокували безпрецедентне зростання глобальних продовольчих цін.

3. Критична залежність глобального продовольчого ринку від українського агропродовольчого експорту сформувалася у сегменті соняшникової олії – на частку України припадає майже 50% відповідного ринку. Знайти заміну українській продукції в короткостроковій перспективі неможливо, оскільки частка України в структурі її глобального виробництва становить 30,6%. Разом із ризиками санкційних обмежень на російській експорт це зумовило зростання світових цін на соняшкову олію з 1700 до 2250 дол. \$ за 1 т.

4. Багато бідних країн, що наразі опинилися перед загрозою катастрофічного дефіциту продовольства, є покупцями української зернової продукції – Україна до останнього моменту була головним постачальником зерна пшениці для Єгипту, Лівану та Пакистану.

5. Україна була головним постачальником зерна кукурудзи для Китаю – на її частку в 2021 р. припало 78,3% китайського імпорту даної продукції; блокування експорту української кукурудзи загрожує скороченням поголів'я свиней в Китаї та зменшенням виробництва відповідної продукції.

6. Відновлення українського агропродовольчого експорту у попередніх обсягах можливе лише при умові припинення бойових дій, повернення контролю над усіма портами та розблокування азовського і чорноморського цивільного судноплавства, оскільки можливості логістики транспортних комунікацій на суходолі не перевищують 1 млн тонн зерна на місяць.

7. Є підстави для стриманого оптимізму стосовно внутрішнього продовольчого забезпечення України на наступній основі:

- в країні сформовано запаси пшениці, кукурудзи, соняшникової олії, базових продуктів на 3-5 років;
- за різними прогнозами в Україні в поточному році очікується виробництво зернових та зернобобових, технічних та інших культур в обсягах достатніх для внутрішнього продовольчого забезпечення;
- вимушене різке скорочення обсягів експорту української зернової продукції може спричинити її перенаправлення на годівлю сільськогосподарських тварин та збільшення обсягів виробництва м'яса у областях, на території яких не відбувається бойових дій.

Література

1. OECD-FAO Agricultural Outlook 2021-2030. URL: <https://stats.oecd.org/>
2. Grain: World Markets and Trade. URL: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/grain.pdf>
3. Pushak, Y., Lagodiienko, V., Basiurkina, N., Nemchenko, V., & Lagodiienko, N. (2021). Formation the system for assessing the economic security of enterprise in the agricultural sector. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 80-90. DOI:<https://doi.org/10.3846/btp.2021.13013>
4. Лагодієнко В.В., Федорчук О.М., Протосвіцька О.І. Управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в умовах сталого розвитку. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 2. С. 289–295. ISSN 2415-8453. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-34>
5. Oilseeds: World Markets and Trade. URL: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/oilseeds.pdf>
6. Київська школа економіки. Вторгнення Росії в Україну загрожує голодом сотням мільйонів людей у всьому світі. *Всеукраїнська аграрна рада*. 05.03.2022. URL: <https://uacouncil.org/uk/post/vtorgnenna-rosii-v-ukrainu-zagrozue-golodom-sotnam-miljoniv-ludej-u-vsomu-sviti-kse>
7. Livestock and Poultry: World Markets and Trade. URL: https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf
8. Укрзалізниця. Відвантажувати зерно на експорт можна на 12 терміналах. *UKRAGROCONSULT*. 30.03.2022. URL: <https://ukragroconsult.com/news/vidvantazhuvaty-zerno-na-eksport-mozhna-na-12-terminalah-ukrzaliznyczya/>
9. Орлова В. В Україні сформовано стратегічний запас їжі на кілька років. *ВНІАН*. 29.03.2022. URL: <https://www.unian.ua/society/prodzapas-v-ukrajini-sformovano-prodovolchiy-zapas-yakogo-vistachit-na-kilka-rokiv-novini-ukrajini-11764891.html>
10. Моїсєєв В. Урожай зернових і олійних у 2022 році може бути наполовину менше за торішній. *Thepage*. 1.04.2022. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/prognoz-urozhayu-zernovih-ta-olijnih-u-2022>
11. Демчук В., Король О., Ярошенко С. Скільки площ Україна не зможе засіяти навесні 2022 і скільки врожаю недоотримає? Прогнози та аналітика. *Latifundist*. 22.04.2022. URL: <https://latifundist.com/blog/read/2871-skilki-ploshch-ukrayina-ne-zmozhe-zasiyati-navesni-2022-prognozi-ta-analitika>
12. Сільське господарство України : статистичний збірник за 2020 рік. К. : Державна служба статистики України, 2021. 232 с.

References

1. OECD-FAO (2022). *Agricultural Outlook 2021-2030*. Available at <https://stats.oecd.org/> (in English).
2. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service (2022). *Grain: World Markets and Trade*. Available at <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/grain.pdf> (in English).
3. Pushak, Y., Lagodiienko, V., Basiurkina, N., Nemchenko, V., & Lagodiienko, N. (2021). Formation the system for assessing the economic security of enterprise in the agricultural sector. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 80-90. DOI:<https://doi.org/10.3846/btp.2021.13013>
4. Lagodiienko, V. Management of competitiveness of agrarian enterprises in the conditions of sustainable development / Volodymyr Lagodiienko, Oleksandr Fedorchuk, Oksana Protosvitska // *Ukrainian Journal of Applied Economics*. - 2020. - Volume 5. - № 2. - P. 289–295. - ISSN 2415-8453. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-34>
5. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service (2022). *Oilseeds: World Markets and Trade*. Available at <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/oilseeds.pdf> (in English).
6. Kyiv School of Economics (2022). Russia's invasion of Ukraine threatens to starve hundreds of millions of people around the world. *Ukrainian Agrarian Council*, 2022, March 5. Available at <https://uacouncil.org/uk/post/vtorgnenna-rosii-v-ukrainu-zagrozue-golodom-sotnam-miljoniv-ludej-u-vsomu-sviti-kse> (in Ukrainian).
7. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service (2022). *Livestock and Poultry: World Markets and Trade*. Available at https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf (in English).
8. Ukrainian Railways (2022). Grain can be shipped for export at 12 terminals. *UKRAGROCONSULT*, 2022, March 30. Available at <https://ukragroconsult.com/news/vidvantazhuvaty-zerno-na-eksport-mozhna-na-12-terminalah-ukrzaliznyczya/> (in Ukrainian).
9. Orlova, V. (2022). Ukraine has a strategic food supply for several years. *UNIAN*, 2022, March 29. Available at <https://www.unian.ua/society/prodzapas-v-ukrajini-sformovano-prodovolchiy-zapas-yakogo-vistachit-na-kilka-rokiv-novini-ukrajini-11764891.html> (in Ukrainian).
10. Moiseev, V. (2022). The grain and oilseeds harvest in 2022 may be half less than last year. *Thepage*, 2022, April 1. Available at <https://thepage.ua/ua/economy/prognoz-urozhayu-zernovih-ta-olijnih-u-2022> (in Ukrainian).
11. Demchuk, V., Korol, O., Yaroshenko, S. (2022). Farmland Unsown in Ukraine in Spring of 2022, Crop Production Fall: Forecasts and Analytics. *Latifundist*, 2022, March 22. Available at <https://latifundist.com/en/blog/read/2871-skilki-ploshch-ukrayina-ne-zmozhe-zasiyati-navesni-2022-prognozi-ta-analitika> (in Ukrainian).
12. *Statistical yearbook «Agriculture of Ukraine» for 2020* (2021). Kyiv: State statistics service of Ukraine (in Ukrainian).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-45>

УДК 658.89

Віталій ШАРКО

<https://orcid.org/0000-0001-5830-8911>

e-mail: vorfahr@ukr.net

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Надія АНДРУСЕНКО

<https://orcid.org/0000-0003-3746-6202>

e-mail: Nadiaivchenko@ukr.net

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Ольга ВАСИЛИШИНА

<https://orcid.org/0000-0003-0955-511X>

e-mail: olga_vasilishina@ukr.net

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У роботі досліджені теоретичні та практичні аспекти дослідження лояльності споживачів органічної продукції за сучасних умов посилення конкурентної боротьби та глобалізації продовольчого ринку. Представлена комбінована методика оцінки рівня лояльності споживачів, яка надала б повні та достовірні дані та була придатна для практичної діяльності підприємств. Отримані результати наукового дослідження даної статті дозволить підприємствам з виробництва органічної продукції скоригувати дії у напрямі побудови довгострокових взаємовигідних відносин зі споживачем, а також стане запорукою досягнення інших цілей, що безпосередньо чи опосередковано пов'язані з високим рівнем лояльності споживачів.

Ключові слова: органічна продукція, лояльність, споживач, ринок, підприємство, середовище

Vitalii SHARKO, Nadia ANDRUSENKO, Olga VASYLYSHYNA

Vinnitsia Trade and Economic Institute of State University of Trade and Economic, Ukraine

THE PROCESS OF FORMATION AND ASSESSMENT OF THE LEVEL OF CONSUMER LOYALTY ORGANIC PRODUCTS

The vast majority of domestic companies aim to retain customers. The question of the peculiarities of measuring and assessing the level of consumer loyalty to organic products remains insufficiently studied. Therefore, scientific and practical interest in this problem necessitates the development of a methodological platform for this process. The choice of evaluation criteria and interpretation of the obtained data are characterized by a certain complexity. Therefore, it is necessary to evaluate the retrospective experience of consumer interaction with the enterprise and its possible behavior in the future. Also, we should take into account the dynamic and nonlinear formation of loyalty, its propensity to be influenced by many factors that are related to both the characteristics of the consumer and the dynamic external environment.

The aim of the study is to develop a combined methodology for assessing the level of consumer loyalty, which would provide complete and reliable data and would be suitable for practical activities.

Theoretical and practical aspects of research of loyalty of consumers of organic products under modern conditions of strengthening of competition and globalization of the food market are investigated in the work. A combined method of assessing the level of consumer loyalty is presented, which would provide complete and reliable data and would be suitable for the practical activities of enterprises. The results of scientific research of this article will allow companies producing organic products to adjust their actions towards building long-term mutually beneficial relationships with consumers, and will be the key to achieving other goals directly or indirectly related to high customer loyalty.

Key words: organic products, loyalty, consumer, market, enterprise, environment

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Переважає більшість вітчизняних підприємств, ставлять собі за мету утримання клієнтів. Питання щодо особливостей вимірювання та оцінки рівня лояльності споживачів до органічної продукції залишається недостатньо дослідженим. Через те, науковий та практичний інтерес до цієї проблеми зумовлює необхідність розробки методологічної платформи цього процесу. Вибір критеріїв оцінки та інтерпретація отриманих даних характеризуються певною складністю. Відтак, потрібно оцінювати ретроспективний досвід взаємодії споживача з підприємством та його можливу поведінку у майбутньому. Також, слід брати до уваги динамічне та нелінійне формування лояльності, її схильність до впливу безлічі факторів, які пов'язані як з характеристиками споживача, так і з динамічним зовнішнім оточенням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку органічного виробництва, становлення ринку органічної продукції з розвитком суспільства набувають ще більшої актуальності. Цим питанням свого часу приділяли значну увагу такі науковці та практики, як М. Багорка, А. Байдас, М. Барна, М. Баят, С. Березіна, І. Білик, У. Бхардваж, В. Вдович, І. Волкова, Т. Єрошина, Є. Забурмеха, М. Кобець, С. Ковальчук, Н. Косар, Н. Кубрак, Н. Кузьо,

А. Кучмійов, Є. Милованов, Г. Оласюк, О. Панухник, Н. Попадинець, Д. Семенда, О. Семенда, Д. Тесля, Г. Толок, Є. Толок, Ю. Федотова, Т. Чайка, І. Черкаська, С. Шульц, Д. Шушпанов, Ф. Ялман та інші. Однак ринок органічної продукції увесь час оновлюється, наявні також регіональні відмінності, а тому вивчення профілю та лояльності споживачів на загальнодержавному та регіональному ринку органічної продукції завжди своєчасне та не втрачає актуальності.

У 1923 році була зроблена перша спроба визначення лояльності споживачів до бренду. Дане визначення було дуже простим: «Лояльний до бренду споживач – це покупець, який купує ваш бренд у 100% випадків». Наступні автори визначали лояльність, як схему уподобання однієї марки при кожній покупці товару, тобто лояльність в основному асоціювалась з повторною покупкою.

Якщо споживач діє згідно схеми повторної покупки, то товар цієї марки дуже добре задовольняє його потреби або в нього сформувалась особиста прихильність до цієї марки. Згідно думки J. Liesse [1] і S. Schlueter [29] прихильність марці може бути наслідком її емоційного впливу, чи її впливу на самооцінку споживача.

П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок [22] наряду з емоційною складовою лояльності говорять й про наявність її раціонального компоненту. В даному випадку, покупець віддає свою перевагу одночасно декільком конкуруючим між собою маркам.

Але пояснити природу лояльності лише повторною покупкою чи емоційним станом не можливо. Jan Hofmeur і Butch Rice [23, с. 85] наголошують, що споживач купує саме ту марку, яка в цей момент представлена на доступному для нього ринку, або споживач може придбати лише товар цієї марки, оскільки вона потрапляє в прийнятний для нього ціновий діапазон. На їхню думку, лояльність до марки – це стійка поведінкова реакція по відношенню до певної марки, яка виникла в результаті психологічного процесу оцінки [23, с. 22]. Тобто, споживачу притаманна тенденція купувати товари цієї марки знову й знову, бо він надає їй перевагу перед іншими.

Лояльність, згідно Д.Аакеру, це міра прихильності споживача до марки, тобто лояльність показує, який саме ступінь ймовірності переходу споживача на іншу марку, особливо, коли вона зазнає змін по ціновим або іншим показникам. Схильність споживача до сприйняття дій конкурентів знижується при зростанні рівня його лояльності до марки [18]. Згідно ж цієї теорії марку неможливо без великих затрат та значного зниження обсягів продажу та прибутку перемістити на інше ім'я чи символ.

Цисар А.В. розуміє під лояльністю ступінь нечутливості поведінки споживачів товарів та послуг до дій конкурентів – таким як зміна ціни, характеристик товару, послуг, що супроводжується емоційною прихильністю до товару чи послуги X [34, с. 57]. В той же час, Андреев А.Г. розуміє лояльність, як рішення, в першу чергу, про регулярне споживання тієї чи іншої марки – свідомо чи несвідомо, що виражається через увагу та поведінку [19, с. 16]. Відомий гуру маркетингу Ф. Котлер пропонує розглядати підходи до лояльності через призму людської душі [24].

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є розробка комбінованої методики оцінки рівня лояльності споживачів, яка надала б повні та достовірні дані та була придатна для практичної діяльності.

Виклад основного матеріалу

Представляє науковий і практичний інтерес доцільність виробництва інноваційної органічної продукції за умов реформування української економіки, дослідження конкурентних переваг такої продукції у порівнянні зі звичайною, визначення шляхів зростання конкурентних позицій органічної продукції на внутрішньому та світовому ринках.

Органічне виробництво – це модель господарювання, яка сприяє економічному зростанню разом зі збереженням довкілля, природних ресурсів і рівня біологічного різноманіття на основі застосування методів виробництва продукції з використанням речовин і процесів природного походження [12, с. 208].

Лояльність – від англійського слова *loyal* (вірний, відданий) – це, насамперед, позитивне відношення покупця до конкретного торговельного підприємства. Купівельну лояльність часто плутають із задоволенням. Задоволення з'являється, коли покупець задоволений та не шкодує про витрачені гроші. Лояльність – це емоції клієнта, який приходить в цю аптеку, не дивлячись на наявність інших, фінансово більш вигідних пропозицій на ринку.

Палехова Л., зауважила, що одночасно органічне виробництво не може розглядатися як самоціль будь якою ціною, тобто у відриві від принципів сталого і циркулярного розвитку, а саме зниження матеріалоемності, вуглецевої емності, водоємності, енергоемності, відходоємності. Тому звернемо увагу на зв'язок Цілі 12 «Відповідальне споживання та виробництво» та Цілі 2 «Подолання голоду, розвиток сільського господарства», що разом віддзеркалюють стан всебічності реформ в Україні [13, с. 27].

В Україні продовжується створення належної підзаконної нормативно-правової бази у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. У 2018 році було ухвалено євроінтеграційний Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», у жовтні 2020 року прийнято Порядок сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції, який розроблено з урахуванням вимог законодавства ЄС.

Серед різних причин постає велике питання щодо рівня лояльності та обізнаності вітчизняних покупців про органічне виробництво і органічну продукцію. Сучасний споживач відрізняється вдумливим вибором, віддає перевагу безпечній та якісній продукції. Він намагається контролювати своє життя, піклується про своє здоров'я та стан довкілля, а тому вибирає натуральну, чисту від сторонніх домішок та екологічно безпечну органічну продукцію.

Виконанні маркетингові дослідження в рамках внутрішнього ринку свідчать про те, що частка продажів органічної продукції в Україні поки не перевищує 1 % від загального обсягу реалізації сільськогосподарської продукції. У Європі, наприклад, вона становить 5 %, причому зростання споживання органічної продукції становить 8–11 % на рік» [6, с. 38]. Найбільшим попитом в українських споживачів користуються саме органічні продукти тваринництва: молоко та молочні продукти, м'ясо та м'ясопродукти. Є певний попит і на органічні фрукти та овочі, олії, крупи тощо. Така продукція частково пропонується у великих супермаркетах, спеціалізованих магазинах, а також в online-магазинах. «У торговельних закладах Львова реалізується продукція 26 українських виробників, 13 з яких – місцевого виробництва, представлені лише у Львові» [3, с. 414].

Істинна лояльність характеризується високим ступенем задоволеності покупця маркою чи торговою точкою, й він має високий рівень емоційної прихильності. Це найбільш стійкий сегмент покупців, які найменш чутливі до дій конкурентів. Саме до такого типу лояльності потрібно прагнути компаніям та перетворювати усі інші види лояльності в істинну. Умовно можна вважати, що споживача можна віднести до лояльних, після досягнення певних порогових значень обраних показників. Через те, завдання запропонованого дослідження сформулюємо таким чином:

- розробка концептуальної моделі побудови та проведення оцінки рівня лояльності клієнтів;
- формування основи для аналізу визначальних показників;
- формування метрики лояльності споживачів та її основних цільових показників.

Ключовими рисами лояльності, будуть:

- 1) аспекти, пов'язані з поведінкою споживача (активні дії, що виражаються в сумі покупок, тривалості взаємодії, частоти покупок);
- 2) аспекти відносини (когнітивні та афективні);
- 3) наміри (щодо підприємства/бренду та конкурентів);
- 4) самоаналіз (індивідуальні особливості споживача, пов'язані з поняттям лояльності).

Сучасні інформаційні технології *e-commerce* дозволяють реєструвати всі транзакції, аналізувати зміни у поведінці покупців. Перевагою вимірювання рівня лояльності на основі змінної поведінки є те, що вона включає найбільш релевантний критерій – безпосередню покупку. Однак при цьому не розглядаються причини та мотиви купівельної поведінки, відношення споживача до бренду, а також немає чіткого розмежування між лояльністю до бренду та іншими формами повторюваних покупок (наприклад, звичка).

Процес дослідження рівня лояльності споживачів виглядатиме таким чином:

1. Існуючі клієнти компанії можна розділити на три групи. До першої групи відноситимуться найприбутковіші клієнти за певний період часу, до другої – клієнти, які купують часто (наприклад, раз на місяць), до третьої – підтримують відносно тривалі відносини з компанією. Така сегментація пов'язана з аспектами поведінки та відображає минулий досвід взаємодії.

2. Респондентам кожної з перерахованих вище груп буде запропоновано анкету, покликану визначити:

- ставлення до компанії (даний елемент пов'язаний з когнітивною та афективною стадіями, які характеризуватимуть попередній та поточний досвід взаємодії);
- наміри (конативна стадія відображає досвід взаємодії, передбачає прогноз майбутньої поведінки);
- самоаналіз (характеризує вплив індивідуальних характеристик споживача на рівень лояльності, передбачає оцінку клієнтом зусиль компанії у процесі завоювання лояльності споживачів).

Далі проводиться аналіз, інтерпретація та використання отриманих результатів, що дозволить:

- 1) порівняти характеристики респондентів із опитуваних груп, виділити відмінності, подібності, виявити загальні тенденції;
- 2) провести сегментацію споживачів;
- 3) виділити найбільш значущі питання у рамках розгляду даної проблематики;
- 4) з'ясувати причини та мотиви поведінки;
- 5) визначити рівень кореляції між окремими питаннями всередині груп респондентів.

Задоволеність здебільшого є невід'ємною частиною формування лояльності споживачів. У межах визначення ступеня задоволеності споживачів оцінюється загальний рівень задоволеності, а також значимість кожного з атрибутів товару. Необхідно відзначити, що задоволеність, у свою чергу, відрізняється комплексністю та включає як когнітивний, так і афективний компоненти на тлі відносності даного поняття як такого.

У ході дослідження було підтверджено наявність позитивного взаємозв'язку між когнітивним та емоційним компонентом задоволеності та лояльністю [2]. В якості основних показників задоволеності були виокремлені задоволеність, пов'язану з конкретною угодою (як емоційний відгук споживача на недавній

досвід, пов'язаний з компанією) та кумулятивну задоволеність (загальна оцінка, пов'язана з різноманітними аспектами щодо компанії) [13]. У порівнянні з першим видом задоволеності, кумулятивна задоволеність виокремлює загальне враження споживача від компанії в цілому, що може бути запорукою лояльності. При цьому відзначимо такий аспект, що в той час як задоволеність є пасивною споживчою кон'юнктурою, при цьому лояльність має на увазі активні дії [5]. Проте існуючі обмеження задоволеності як показника лояльності не применшують її значення. Отже, вказувати на повну відсутність взаємозв'язку між даними явищами некоректно, так як вони схильні до змін.

Ступінь залучення покупця визначається безперервністю взаємодії, що обумовлює розмір купівельних інвестицій у бренд. Вони можуть бути оцінені через витрати часу, розумових зусиль та емоцій у процесі прийняття рішення про покупку [18]. Залучення покупця до процесу покупки викликає в нього певну цілеспрямовану активність. Залучення залежить від суб'єктивної оцінки покупцем важливості даної покупки та її особистого інтересу до продуктової категорії органічної продукції [17].

Варто відзначити, внаслідок підвищення показника залученості споживачів до купівлі органічної продукції, досягаються такі переваги:

- ініціюється розширений процес прийняття рішення про покупку, що включає попередню оцінку існуючих альтернатив;
- надмірно залучені споживачі стають більш схильними до впливу реклами та комплексу маркетингових комунікацій;
- залучені споживачі можуть чітко розрізнити товари, що сприяє формуванню лояльності до певного бренду.

Високий рівень залученості, зумовлюючи підвищення рівня обізнаності, сприяють зростанню лояльності. З іншого боку, можна висунути гіпотезу, що рівень залученості споживача характеризує його систему цінностей, що також відбивається у процесі формування лояльності. У цьому важливо відзначити необхідність вивчення впливу індивідуальних психологічних характеристик покупців з їхньої залученості.

Поінформованість оцінює впізнаваність бренду та ефективність комунікацій. Дане поняття найбільше пов'язане з когнітивним рівнем лояльності. Згідно з когнітивною психологією, рівень знань визначається трьома найважливішими факторами [18]

- поінформованістю про існування продуктової категорії та специфічної марки у даній продуктивній категорії;
- продуктовою термінологією;
- атрибутами чи характеристиками продукту.

Максимальне інформування споживачів про наявність на ринку органічної продукції, передбачає, що та чи інша товарна марка стає у своїй товарній групі першою, про яку згадує покупець. Імідж товарної марки у свідомості споживача створює унікальні, відмінні від конкурентів асоціації, що також пов'язане зі сприйняттям споживачем параметра – репутації. Асоціації, у свою чергу, впливають на сприйняття індивідуальності бренду органічної продукції, опосередковано впливаючи на рівень лояльності споживача.

Зауважимо, що вплив сприйнятої цінності на споживчу задоволеність можна визнати суттєвим. Через те, вважаємо за доцільне, розглянути особливості взаємозв'язку між витратами, лояльністю та цінністю, що сприймається. Корисність, з точки зору її сприйняття споживачем, являє собою різницю між вигодою та витратами, які визначають можливості подальшої співпраці з підприємством.

Репутація, як актив, втілюється переважно у формуванні позитивного іміджу підприємства. Критеріями позитивного іміджу підприємства, можуть бути: «турбота з боку підприємства», «довіра до підприємства» та «почуття захищеності». Такі критерії є достатньо влучними і відображають оцінку з боку споживача. В свою чергу зацікавленість підприємства у підвищенні якості пропонованих послуг, його відкритість та чесність, а також надійність, відіграє важливу роль. Цей фактор можна інтерпретувати як фактор «сприйнятого ставлення до клієнтів» [3]. На формування тих чи інших відносин, може впливати зовнішнє середовище і, зокрема, дії конкурентів. Показник «лідерство компанії» (її імідж) демонструє ступінь переваги підприємства серед конкурентів з точки зору клієнта (покупця). Цей показник свідчить про відношення споживача до підприємства, його гордість за «приналежність» до кола її клієнтів та нечутливість до дій конкурентів. Довіра набуває особливої значущості, оскільки є одним із засобів подолання ризику, а також передбачає можливість побудови психологічних бар'єрів [11] та посилення персоналізації відносин як одного із завдань сучасного маркетингу підприємства. В свою чергу, такі взаємини сприяють посиленню ступеня лояльності споживачів. При цьому важливо вказати на зв'язок «показників» репутації підприємства з параметрами намірів.

Переходячи до розгляду параметрів конативного рівня лояльності можна відзначити, що перехід від полярного світу до картини імовірнісної є об'єктивніший і відповідає логіці прояву лояльності [1]. У разі дослідження показника «нечутливості до дій конкурентів» здійснюється оцінка ймовірності відмови від конкурентної органічної продукції на користь поточного споживання. Jonson і Sharp запропонували бачення лояльності як «відносної», трактуючи можливість перехід (зміну споживчих настроїв) на конкурентну продукцію [4]. Даний підхід цікавий, оскільки носить цілком об'єктивний стосовно реального ринкового середовища характер. Об'єктивність полягає у тому, що опитування ведеться стосовно існуючої органічної

продукції на ринку, тобто враховуються конкурентні альтернативи і, відповідно, лояльність не абстрактна. На рис. 1 представлено модель вимірювання рівня споживчої лояльності «Перевага – Поведінка» (Preference-Behavior Model), розроблену Colombo and Morrison (1989) [26].

Бажаний бренд Бренд, що придбаний останнім часом	Бренд 1	Бренд 2	Бренд 3	Бренд 4
Бренд 1	X			
Бренд 2		X		
Бренд 3	Y		X	
Бренд 4		Z		X

Рис. 1. Матриця вимірювання рівня споживчої лояльності «Перевага – Поведінка» [26]

X: Активна група лояльних споживачів, які придбали бренд, якому віддають перевагу

Y: «Переключаються», які віддають перевагу бренду 3, але їх останньою покупкою був бренд 1

Z: «Переключаються», які віддають перевагу бренду 4, але їхньою останньою покупкою був бренд 2

Модель заснована на основі класифікації споживачів, зокрема поділ на активних, лояльних клієнтів та потенційних. До першої групи відносимо тих, хто після покупки того чи іншого бренду органічної продукції, продовжуватиме купувати саме його і не розглядати при цьому інших пропозицій. До другої групи відносимо тих покупців, які продовжуватимуть купувати цей бренд або переключитися на інші.

Матриця даних вимірювань може бути проаналізована в умовах «сили гравітації» бренду (сили перетворення переваг в продаж, нечутливість до конкурентних пропозицій) і «фокусу», який є пропорцією продажів, вчинених споживачами, які віддають перевагу даному бренду. Перевагою представленої моделі може бути її відносна простота реалізації та інтерпретації отриманих даних, невисока вартість, що може бути особливо актуальним для малих підприємств. Однак варто відзначити, що все ж таки всебічного аналізу та оцінки рівня споживчої лояльності вона не надасть, так як дані параметри не завжди залишаються стабільними протягом певного часу.

При розгляді параметра «рекомендації» уваги заслуговує концепція, розроблена Ф. Райхельдом, який розглядає поняття лояльності бренду, як готовність споживача зробити особистісний внесок або інвестиції з метою посилення відносин. Дотримуючись логіки дослідницького методу, всі споживачі можуть бути поділені на три групи: «промоутери» або «ті, що активно проштовхують» підприємство/бренд (promoters), критики, що «створюють перешкоди» або активно підприємство та/або бренд (detractors), а також так звані «Важливі споживачі», тобто задоволені постійні споживачі, але не приймають участь у просуванні продукції підприємства (passively satisfied) [19].

Оцінка даного показника набуває особливої важливості для підприємств, що оперують у тих галузях, де одним з основних джерел інформації, що використовується споживачем при прийнятті рішення про купівлю, є думки та рекомендації друзів, колег та ін. (наприклад, ринок медичних послуг). Громадська думка багаторазово посилює як будь-яку позитивну, так і негативну інформацію клієнтів, які діляться своїм досвідом взаємодії про те чи інше підприємство з виробництва (реалізації) органічної продукції.

Однак важливо відзначити, що дані параметри слід оцінювати як намір, готовність, можливість рекомендувати підприємство/бренд. Вочевидь, що на споживача впливають чинники, пов'язані безпосередньо з процесом роботи підприємства, і навіть впливом довкілля. Відтак, споживач за допомогою своїх рекомендацій впливає на ставлення зовнішнього оточення до підприємства.

Формування майбутньої поведінки базується на різних джерелах інформації та на різних когнітивних процесах. Найчастіше при розгляді даної проблематики до уваги приймаються лише простий і прямиий вплив тих чи інших факторів на лояльність, у той час як для отримання достатньої картини важливо враховувати складні причинно-наслідкові (прямі та непрямі) зв'язки між лояльністю та детермінантами (рис. 2).

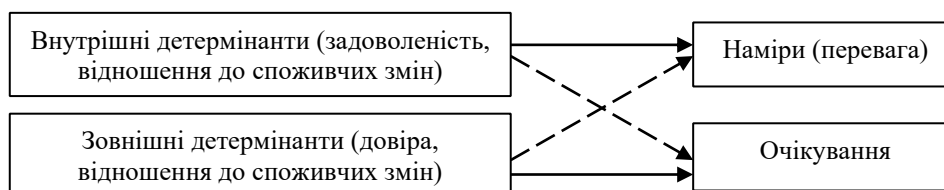


Рис. 2. Взаємозв'язок детермінант з намірами та очікуванням в процесі формування лояльності споживача

У разі, якщо причинно-наслідкові зв'язки між детермінантами та лояльністю мають протилежну спрямованість (позитивну та негативну), має місце ефект противаги. Він може призвести як до зниження загального впливу формування лояльності, і до переважання тієї чи іншої ефекту (позитивного чи негативного). Наявність прямого зв'язку між внутрішніми детермінантами і намірами, що виражаються споживачем, а також між зовнішніми факторами та його очікуваннями за наявності непрямого впливу між конструктами.

Підбиваючи проміжні підсумки, можна відзначити тісний зв'язок між параметрами структури лояльності та виділити «фундаментально-утворюючий» елемент – досвід взаємодії з підприємством. Він практично пов'язаний з усіма аналізованими параметрами: задоволеністю, залученням, сприйняттям репутації, сприйнятливою цінністю та інші (рис. 3).

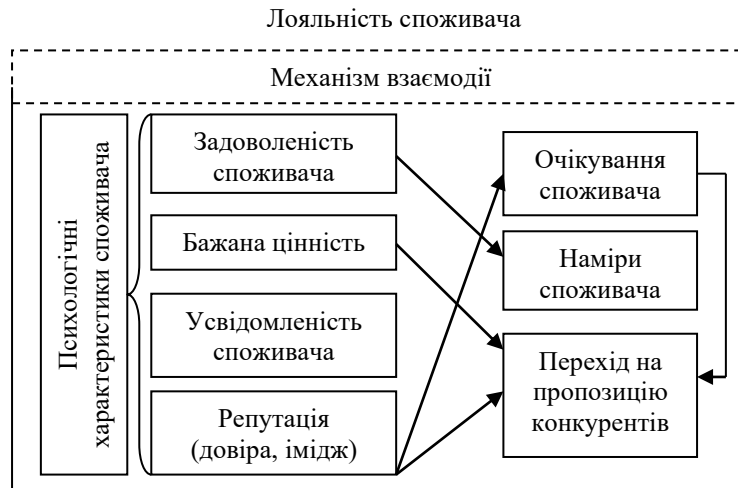


Рис. 3. Механізм взаємодії елементів формування лояльності споживача

Досвід відносин з підприємством/брендом розглядається як суб'єктивний відгук споживача, викликаний специфічними та емпіричними атрибутами. Виражений через відчуття, почуття, знання та поведінковий відгук він може бути викликаний пов'язаними з брендом стимулами. Досвід відношення до бренду має поведінковий вплив, впливаючи безпосередньо та опосередковано на рівень лояльності споживача за допомогою індивідуальності бренду, персональних асоціацій тощо [35].

При розгляді лояльності необхідно враховувати безліч факторів, здатних вплинути на неї. Як і у випадку з рівнем залученості, індивідуальні психологічні характеристики споживача також істотно впливають на формування лояльності. Наприклад, пов'язані з індивідуальними характеристиками споживача, можна навести особливості поведінки споживачів-чоловіків та жінок. Результати деяких досліджень свідчать про те, що існують значні відмінності у когнітивних процесах, поведінці між споживачами-чоловіками та жінками [8].

Гендерний вплив на лояльність полягає в тому, що жінки-споживачі виявляють більш високий рівень лояльності до індивідуальних аспектів, наприклад, конкретного співробітника (продавець, продавець консультант), чоловіки лояльніші до груп (підприємства в цілому) [10]. Можна дійти висновку, що жінки будують переважно персональні (особисті) відносини з брендом, тоді як чоловікам характерна певна анонімність. Підприємству важливо враховувати дані особливості у побудові маркетингової стратегії.

Представлена сегментація споживачів за поведінковою ознакою та кластери питань можуть характеризувати ступінь лояльності споживача, торкаючись основних рівнів лояльності як багатовимірного конструкту. У ході дослідження аналізується загальна цінність, яку отримує споживач у процесі взаємовідносин із підприємством, і, що є вкрай важливим, бачення споживачем рівня власної лояльності. На основі представленої моделі оцінки рівня лояльності споживачів, є можливим сформулювати спрощену методику оцінки, адаптовану для практичного застосування, що містить у собі ключові аспекти оцінки.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Внутрішній взаємозв'язок представлених параметрів та їх схильність до впливу зовнішнього оточення очевидна. Особливої уваги заслуговують тип, особливості ринку та продуктової категорії. Лояльність формується під впливом усієї сукупності аспектів діяльності підприємства та його взаємовідносин зі споживачем. При цьому ключовою стає індивідуалізація підходу до формування методики оцінки рівня лояльності кожним конкретним підприємством, що має на увазі необхідність додаткових досліджень у даній площині. На перший план виходить індивідуалізація та адаптація методик, а також постійний моніторинг діяльності підприємства та зовнішнього оточення. Це дозволить підприємству скоригувати дії у напрямі побудови довгострокових взаємовигідних відносин зі споживачем, а також стане

запорукою досягнення інших цілей, що безпосередньо чи опосередковано пов'язані з високим рівнем лояльності споживачів.

Література

1. Байдак Т.М., Болотова В.О. Споживча лояльність у полі соціологічного дискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2016. Вип. 36. С. 47–51. URL: <file:///C:/Users/Vitaliy/Downloads/6535%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-13175-1-10-20161024.pdf>
2. Багорка М. О. (2017). Стан та проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Причорноморські економічні студії*, Вип. 14, С. 29–33.
3. Вдович В. Г., Черкаська І. С. (2013). Сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*, 181(6), С. 408–415.
4. Волкова І. М. (2013). Дослідження поведінки споживачів на ринку органічної продукції. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*, № 1(2), С. 47–53.
5. Єрошина Т. В. (2012). Екологічно чиста продукція АПК: суть поняття, суспільно-географічні підходи до дослідження. *Український географічний журнал*, № 2, С. 33–37.
6. Кобець М. І. (2004). Органічне землеробство в контексті сталого розвитку. Проект «Аграрна політика для людського розвитку». *Актуальні питання аграрної політики: збірник робіт*, С. 104–132, с. 38
7. Ковальчук С. В., Забурмеха Є. М. (2017). Маркетингові цифрові технології у дослідженні споживачів органічної продукції. *Маркетинг і цифрові технології*, № 1, С. 34–51.
8. Косар Н. С., Кузьо Н. Є. (2016). Дослідження ринку органічних продуктів харчування України та напрями підвищення їх конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*, № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4777>
9. Кучмішов А. В. (2011). Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління. *Ефективна економіка*, № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2278>
10. Милованов Є. (2004). Тенденції розвитку ринку української органічної продукції. Сучасні тенденції виробництва та маркетингу органічної продукції: матеріали науково-практичного семінару (м. Львів, 31 березня 2004 р.). Львів, С. 37–42.
11. На шляху до зеленої модернізації економіки: модель сталого споживання та виробництва (2017): дов. С. В. Берзіна та ін. К.: Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 138 с.
12. Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020 (332 с.). С. 208
13. Палехова Л. Маркетинг органічної продукції: контекст відповідального споживання і виробництва. 2021. *Маркетинг в Україні*. № 3. С. 26–29.
14. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Закон України від 10.07.2018 р. № 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
15. Семенда Д. К., Семенда О. В. (2019). Оцінка внутрішнього ринку органічної продукції України та поведінка споживачів на ньому. *Молодий вчений*, № 11(75), С. 609–614.
16. Чайка Т. О. (2011). Передумови розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, № 4, Т. 1, С. 233–240.
17. Шушпанов Д. Г. (2016). Соціально-економічні особливості споживання продуктів харчування та їх вплив на стан здоров'я населення України. *Актуальні проблеми економіки*, № 7, С. 344–36.
18. Aaker, D. A. (1991), *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York, USA. Liesse, J. (1992), "Brands in Trouble", *Advertising Age*, December 2, p. 16.
19. Andreev, A.G. (2003), "Loyal customer - the basis of long-term competitive advantage of the company", *Marketing i marketingovye isledovaniya*, vol. 2, p. 16.
20. Barna, M., Popadynets, N., & Shults, S. (2017). Differences in consumer buying behavior in consumer markets of the EU member states and Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 166(1–2), pp. 26–30. URL: <https://doi.org/10.21003/ea.V166-05>
21. Baydas, A., Yalman, F., & Bayat, M. (2021). Consumer Attitude Towards Organic Food: Determinants of Healthy Behaviour. *Marketing and Management of Innovations*, 1, pp. 96–111. URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-08>
22. Gamble, P. Stone, M. and Woodcock, N. (2002), *Marketing vzaimootnoshenii s potrebiteliami* [Customer Relationship Marketing], Grand, Moscow, Russia.
23. Hofmeyr, J. and Rice, B. (2000), *Commitment-Led Marketing*, John Wiley and Sons, Chichester, U.K.
24. Kotler, Phillip (2011), *Marketing 3.0. Ot produktov k potrebiteliam i daleye – k chelovecheskoy dushe*. [Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit], Eksmo, Moscow, Russia.
25. National Organic Standard Board Recommendations (National Organic Program USDA). URL: <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/nosb>

26. Obermiller C. Brand Loyalty Measurement Made asy: A Preference-Behavior Model. *Journal of Small Business Strategy*. 2002. Vol.13 (1). P. 32-44
27. Olasiuk, H., & Bhardwaj, U. (2019). An Exploration of Issues Affecting Consumer Purchase Decisions Towards Eco-friendly Brands. *Marketing and Management of Innovations*, 2, pp. 173–184. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/15_MMI-02-2019_A270-2019_Olasiuk_0.pdf
28. Panukhnyk, O., Popadynets, N., & Fedotova, Y. (2019). Analysis and modeling of factor determinants of food provision at consumer market of Ukraine. *Global Journal of Environmental Science Management*, 5(51), pp. 215–226. URL: <http://dx.doi.org/10.22034/gjesm.2019.05.SI.24>
29. Schlueter, S. (1988), “Get to the Essence of a Brand Relationship”, *Marketing News*, January 20, p. 4.
30. Shults, S., Popadynets, N., Bilyk, I., Teslya, D., Kosar, N., Kapii, O., Kubrak, N. (2021). Factor determinants of the consumer market development. *Accounting*, 7(3), pp. 63–572. DOI: 10.5267/j.ac.2021.1.002 URL: <http://growingscience.com/beta/ac/4541-factor-determinants-of-the-consumer-market-development.html>
31. Shushpanov, D. G. (2016). Socioeconomic features of food consumption and their influence on population health in Ukraine. *Actual Problems of Economics*, 7(181), pp. 344–356.
32. The World of Organic Agriculture: Statistic and Emerging Trends 2020. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/5011-organic-world-2020.pdf>
33. Tolok, G. A., & Tolok, Y. V. (2020). Environmental protection of quality and safety of foodstuffs. *Efektivna ekonomika*, 6. Retrieved November, 20. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/50.pdf
34. Tsysar, A.V. (2002), “Customer Loyalty: basic definitions, methods of measurement, control methods”, *Marketing i marketingove isledovaniya*, vol. 5, p. 57.
35. Wong, S. L., Hsu, C.-C., & Chen, H.-S. (2018). To Buy or Not to Buy? Consumer Attitudes and Purchase Intentions for Suboptimal Food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(7). URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph15071431>

References

1. Baidak T.M., Bolotova V.O. Spozhyvcha loialnist u poli sotsioloichnoho dyskursu. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*. 2016. Vyp. 36. S. 47–51. URL: <file:///C:/Users/Vitaliy/Downloads/6535%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-13175-1-10-20161024.pdf>
2. Bahorka M. O. (2017). Stan ta problemy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Prychornomorski ekonomichni studii*, Vyp. 14, S. 29–33.
3. Vdovych V. H., Cherkaska I. S. (2013). Suchasnyi stan vyrobnytstva orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Seriya: Ekonomika, ahraryni menedzhment, biznes*, 181(6), S. 408–415.
4. Volkova I. M. (2013). Doslidzhennia povedinky spozhyvachiv na rynku orhanichnoi produktsii. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, № 1(2), S. 47–53.
5. Ieroshyna T. V. (2012). Ekolohichno chysta produktsiia APK: sut poniattia, suspilno-heohrafichni pidkhody do doslidzhennia. *Ukrainskyi heohrafichnyi zhurnal*, № 2, S. 33–37.
6. Kobets M. I. (2004). Orhanichne zemlerobstvo v konteksti staloho rozvytku. *Proekt «Ahrarna polityka dlia liudskoho rozvytku». Aktualni pytannia ahraryni polityky: zbirnyk robit*, S. 104–132, s. 38
7. Kovalchuk S. V., Zaburmekha Ye. M. (2017). *Marketynhovi tsyfrovi tekhnolohii u doslidzhenni spozhyvachiv orhanichnoi produktsii. Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii*, № 1, S. 34–51.
8. Kosar N. S., Kuzo N. Ye. (2016). Doslidzhennia rynku orhanichnykh produktiv kharchuvannia Ukrainy ta napriamy pidvyshchennia yikh konkurentospromozhnosti. *Efektivna ekonomika*, № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4777>
9. Kuchmiiov A. V. (2011). Ekolohichnyi marketynh u systemi ekoloho-ekonomichnoho upravlinnia. *Efektivna ekonomika*, № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2278>
10. Mylovanov Ye. (2004). Tendentsii rozvytku rynku ukrainskoi orhanichnoi produktsii. *Suchasni tendentsii vyrobnytstva ta marketynhu orhanichnoi produktsii: materialy naukovopraktychnoho seminaru (m. Lviv, 31 bereznia 2004 r.)*. Lviv, S. 37–42.
11. Na shliakhu do zelenoi modernizatsii ekonomiky: model staloho spozhyvannia ta vyrobnytstva (2017): dov. S. V. Berzina ta in. K.: Instytut ekolohichnoho upravlinnia ta zbalansovanoho pryrodokorystuvannia, 138 s.
12. Paliekhova L. L. *Upravlinnia stalym rozvytkom: dovidnyk bazovykh poniat*. Dnipro: NTU «Dniprovska Politehnika», 2020 (332 s.). S. 208
13. Paliekhova L. *Marketynh orhanichnoi produktsii: kontekst vidpovidalnoho spozhyvannia i vyrobnytstva*. 2021. *Marketynh v Ukraini*. № 3. S. 26–29.
14. Pro osnovni pryntsypy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii: *Zakon Ukrainy vid 10.07.2018 r. № 36*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
15. Semenda D. K., Semenda O. V. (2019). Otsinka vnutrishnoho rynku orhanichnoi produktsii Ukrainy ta povedinka spozhyvachiv na nomu. *Molodyi vchenyi*, № 11(75), S. 609–614.
16. Chaika T. O. (2011). *Peredumovy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. Marketynh i menedzhment innovatsii*, № 4, T. 1, S. 233–240.
17. Shushpanov D. H. (2016). Sotsialno-ekonomichni osoblyvosti spozhyvannia produktiv kharchuvannia ta yikh vplyv na stan zdorovia naseleння Ukrainy. *Aktualni problemy ekonomiky*, № 7, S. 344–36.
18. Aaker, D. A. (1991), *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York, USA. Liesse, J. (1992), “Brands in Trouble”, *Advertising Age*, December 2, p. 16.
19. Andreev, A.G. (2003), “Loyal customer - the basis of long-term competitive advantage of the company”, *Marketing i marketingove isledovaniya*, vol. 2, p. 16.
20. Barna, M., Popadynets, N., & Shults, S. (2017). Differences in consumer buying behavior in consumer markets of the EU member states and Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 166(1–2), rr. 26–30. URL: <https://doi.org/10.21003/ea.V166-05>
21. Baydas, A., Yalman, F., & Bayat, M. (2021). Consumer Attitude Towards Organic Food: Determinants of Healthy Behaviour. *Marketing and Management of Innovations*, 1, rr. 96–111. URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-08>
22. Gamble, P. Stone, M. and Woodcock, N. (2002), *Marketing vzaimootnoshenii s potrebiteliami [Customer Relationship*

Marketing], Grand, Moscow, Russia.

23. Hofmeyr, J. and Rice, B. (2000), *Commitment-Led Marketing*, John Wiley and Sons, Chichester, U.K.
24. Kotler, Phillip (2011), *Marketing 3.0. Ot produktov k potrebiteliam i daleye – k chelovecheskoy dushe*. [Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit], Eksmo, Moscow, Russia.
25. National Organic Standard Board Recommendations (National Organic Program USDA). URL: <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/nosb>
26. Obermiller C. Brand Loyalty Measurement Made asy: A Preference-Behavior Model. *Journal of Small Business Strategy*. 2002. Vol.13 (1). P. 32-44
27. Olasiuk, H., & Bhardwaj, U. (2019). An Exploration of Issues Affecting Consumer Purchase Decisions Towards Eco-friendly Brands. *Marketing and Management of Innovations*, 2, rr. 173–184. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/15_MMI-02-2019_A270-2019_Olasiuk_0.pdf
28. Panukhnyk, O., Popadynets, N., & Fedotova, Y. (2019). Analysis and modeling of factor determinants of food provision at consumer market of Ukraine. *Global Journal of Environmental Science Management*, 5(51), rr. 215–226. URL: <http://dx.doi.org/10.22034/gjesm.2019.05.SI.24>
29. Schlueter, S. (1988), “Get to the Essence of a Brand Relationship”, *Marketing News*, January 20, p. 4.
30. Shults, S., Popadynets, N., Bilyk, I., Teslya, D., Kosar, N., Kapii, O., Kubrak, N. (2021). Factor determinants of the consumer market development. *Accounting*, 7(3), rr. 63–572. DOI: 10.5267/j.ac.2021.1.002 URL: <http://growingscience.com/beta/ac/4541-factor-determinants-of-the-consumer-market-development.html>
31. Shushpanov, D. G. (2016). Socioeconomic features of food consumption and their influence on population health in Ukraine. *Actual Problems of Economics*, 7(181), rr. 344–356.
32. The World of Organic Agriculture: Statistic and Emerging Trends 2020. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/5011-organic-world-2020.pdf>
33. Tolok, G. A., & Tolok, Y. V. (2020). Environmental protection of quality and safety of foodstuffs. *Efektivna ekonomika*, 6. Retrieved November, 20. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/50.pdf
34. Tsysar, A.V. (2002), “Customer Loyalty: basic definitions, methods of measurement, control methods”, *Marketing i marketingovye isledovaniya*, vol. 5, p. 57.
35. Wong, S. L., Hsu, C.-C., & Chen, H.-S. (2018). To Buy or Not to Buy? Consumer Attitudes and Purchase Intentions for Suboptimal Food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(7). URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph15071431>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-46>

UDC 330.322:332.146

Lidiia KARPENKO

National University «Odesa Polytechnic»

<https://orcid.org/0000-0002-2888-2477>

e-mail: Lidiako888@gmail.com

Mykola IZHA

National University «Odesa Polytechnic»

<https://orcid.org/0000-0002-7263-6193>

TRANSFORMATION THE INVESTMENT POLICY OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF NON-STATIONARY ECONOMY: MONITORING OF MACROECONOMIC INDICATORS

The paper proposes the use of modern tools for monitoring macroeconomic indicators and the study of their non-stationary dynamics in the context of the implementation of investment policy based on the tools of phase and cointegration analysis, which makes it possible to obtain a comprehensive assessment and analyze the stability of the macroeconomic dynamics of Ukraine in the context of increasing globalization transformations in the dynamics of territorial development, ongoing in the conditions of global crisis processes. This study is aimed at identifying and assessing the factors (determinants) that affect the inflow of foreign direct investment into the regions of Ukraine. The paper examined the factors that have a significant impact on the volume of foreign direct investment. To verify the hypotheses, an economic-mathematical model with fixed effects is proposed.

Keywords: direct investment, investment activity, investment policy, investment program, non-stationary economy, territorial development, monitoring

Лідія КАРПЕНКО, Микола ІЖА
Національний університет «Одеська політехніка»

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕСТАЦІОНАРНОЇ ЕКОНОМІКИ: МОНІТОРИНГ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ІНДИКАТОРІВ

Наукове дослідження полягає в обґрунтуванні та розробці концептуальних засад та рекомендацій щодо трансформації інвестиційної політики України в умовах нестационарної економіки на засадах моніторингу макроекономічних показників. У роботі пропонується використання сучасних інструментів моніторингу макроекономічних показників та дослідження їх нестационарної динаміки в контексті реалізації інвестиційної політики на основі інструментів фазового та коінтеграційного аналізу, що дає змогу отримати комплексну оцінку та проаналізувати стабільність макроекономічної динаміки України в умовах посилення глобалізаційних перетворень у динаміці територіального розвитку, що відбуваються в умовах глобальних кризових процесів. Це дослідження спрямоване на виявлення та оцінку факторів (детермінант), що впливають на приток прямих іноземних інвестицій у регіони України. У роботі досліджено фактори, які суттєво впливають на обсяги прямих іноземних інвестицій. Для перевірки гіпотез запропонована економіко-математична модель з фіксованими ефектами.

Метою роботи є вивчення трансформації інвестиційної політики України в умовах нестационарної економіки. Автори систематизують інструментальну базу екстраполяції та побудови прогностичної обґрунтованості міжнародної інвестиційної діяльності на територіальному рівні. Практичний бік роботи виражають економічні статистичні дослідження прямих іноземних інвестицій в Україні. У даній роботі авторами запропоновано систематизацію основних показників, які використовуються в економіко-статистичних методах для прогнозування рівня ризику при оцінці ефективності інвестиційних проектів. Прикладні аспекти ґрунтуються на систематизації інструментальної бази моделювання інвестиційної політики в Україні на засадах аналітичної функції оцінки макроекономічних індикаторів.

Впровадження інструментарію дослідження динаміки взаємодії основних макроекономічних індикаторів на основі пропонуваної методики моніторингу нестационарних динамічних процесів дозволить визначити стратегію стабілізації і подальший розвиток економіки держави, якісний стан якої визначається тісним нелінійним асинхронним взаємозв'язком основних макроекономічних індикаторів, що характеризують реальний стан соціально-економічної системи в поточний період та отримати адекватні прогнози.

Перспективами подальших досліджень виступає вдосконалення питань щодо трансформації інвестиційної політики України та здійснення інтегрованого управлінського аналізу. Заплановано подальші дослідження у напрямку розробки та застосування адекватного інструментарію моніторингу макроекономічних показників на основі вивчення їх нестационарної динаміки в контексті реалізації інвестиційної стратегії держави.

Ключові слова: прями інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна політика, інвестиційна програма, нестационарна економіка, територіальний розвиток, моніторинг

Problem setting

Investigating the mechanisms of public administration in Ukraine, the target, functional, methodological, information-analytical and instrumental parts are need to be identified. Giving the positive assessment of this proposal, we note that the mechanism of systematic management of development processes in the region should have a structure, correlate with the structure of tasks and functions, be systemically integrated, take into account their purpose and content, strengthen its flexibility and adaptability to systemic transformation changes and

present it as a mechanism for systematic management of regional development processes. Numerous economic studies, the implementation of joint business projects and the mentality of Ukrainian society have proven the need to attract foreign investment for the progressive future of Ukraine and the achievement of European living standards. Foreign capital can significantly influence the introduction of technical innovations and advanced technologies in the area of production, provision of financial and non-financial services and the quality of management in the real and financial sectors of the economy. The current state of economic and social development of Ukraine requires an understanding of the effective role of investment policy in the economic system of the state.

Foreign direct investment (hereinafter referred to as FDI) plays an important role in the global economy. According to statistics, over the past 30 years, foreign direct investment flows have increased 26.3 times, while the world gross domestic product has increased only 5.8 times. The main driver of global growth, according to "UNCTAD" [1], is a sharp increase in international mergers and acquisitions. There is huge competition between countries for foreign direct investment, since FDI has a positive effect on the economy of the recipient country. In addition to direct effects, such as an increase in GDP, budget revenues, decrease in unemployment, an increase in the quality of products and, as a result, an expansion of relations with foreign markets, FDI also indirectly has a positive impact on the host country, in the form of new knowledge, transfer of experience, dissemination technologies, increasing demand for local goods and services, staff training, etc. Foreign investment also allows accelerating the process of adaptation of local enterprises to world standards. Thus, foreign capital is quite attractive not only for the economy of the host entity, but also for society. After analyzing the data on FDI inflows to Ukraine, we can conclude that their volume has declined sharply. Analysts say that the sharp decline in foreign investment was caused by the depreciation of the hryvnia, energy prices.

Recent publications analysis

For sustainable socio-economic development of the regions of Ukraine it is necessary to attract a sufficient amount of funds from both internal and external sources. For sustainable socio-economic development of the regions of Ukraine it is necessary to attract a sufficient amount of funds from both internal and external sources.

The results of basic research by Ukrainian and foreign scientists clearly indicate that the processes of economic renewal and growth are determined by the size and structure of investments, the quality and speed of their implementation. Many scholars have paid attention to the study of modern vectors to the formation of the country investment policy. A wide range of issues related to research in the field of investment activity and attracting foreign investment in order to improve the investment climate are reflected in the works of domestic and foreign scientists and economists. For example, Drobyazko S. (2020) presents innovative methods for the development of business economic security at the micro and macro levels. Mayorova (2013) in the work paid attention to investment process and financial and credit importance of its activation in Ukraine. Pearce (2013), for instant, had dedicated his works to strategic management, formulation, implementation, and control. Karpenko (2017) is working on the issues analytical tools of integrated managerial analysis for the activation strategy of the enterprise innovative investment development the system. Research in the formation of international investment strategies can be seen in articles of scientists Lipkova & Bohac (2016). Thus, the chosen research topic is relevant, requiring constant improvement and elaboration of ways to optimize investment activity.

The goal of this work

The aim of the work consists of studying transformation the investment policy of Ukraine in the context of non-stationary economy. The authors systematize the instrumental base for extrapolating and building the prognostic validity of international investment activity at the territorial level. The practical side of the work is expressed by the economic statistical investigations of foreign direct investment in Ukraine. In this paper, authors propose systematisation of the main indicators which are used in economic and statistical methods for predicting the level of risk in assessing the effectiveness of investment projects is represented.

Key research findings

The non-stationary economy is such an "economic system, which is characterized by rather sharp and poorly predictable changes in many macroeconomic indicators, the dynamics of which do not correspond to the normal economic cycle. In essence, the non-stationary system is characterized by such conditions that are inherent in "crisis or post-crisis economic processes". In other words, such processes are constant in a non-stationary economy; while in stationary economic systems they (processes) are temporary, being only one of the elements of cyclical economic development. This is the most common conclusion of researchers from the analysis of the non-stationary economy of Ukraine for the period from 1992 to 2009, i.e. for 19 years.

The author's research is also interesting from a narrowly professional point of view, especially in the area of efficiency of investment projects. Professionals involved in appraisal activities can also learn a lot.

The development and implementation of an effective investment policy strategy occupies an important place among the main factors of effective management of the state economy. Therefore, there is a need to develop and implement a strategy for socio-economic development under proper control and evaluation, which in the long run will increase the effectiveness of strategic management of the economy and lead to economic growth based on

modern tools of modelling and management.

Ukraine is a potentially rich country that is self-aware and externally perceived as a political and economic state. The National Strategy for Increasing Foreign Direct Investment in Ukraine was developed at the request of the Government of Ukraine with the support of the USAID Competitive Economy of Ukraine EY Ukraine in cooperation with the National Investment Council Office, the Ministry of Economy and the Ukraine Investment Promotion and Support Office.

The strategy provides recommendations for the development of promising industries to attract investment and ways to increase the inflow of foreign direct investment in Ukraine. The document was created primarily for the international investment community and Ukrainian institutions whose activities are focused on attracting investment.

The strategy is built around cross-sectoral (privatization, export promotion, education, digital transformation, etc.) and sectoral incentives to increase foreign investment. The strategy contains specific recommendations on how to make the country more attractive to potential foreign investors - both in terms of relocation of production capacity and in terms of starting activities in Ukraine. The strategy is divided into 3 sections: a macro view of FDI, sectoral analytical documents and a directly proposed Action Plan and Vision to 2030.

The mechanism of formation and implementation of the socio-economic development strategy of the state should be based on the principle of systemic integration, as it is based on a cyclical planning process based on the principles of event management in the direction of achieving goals through monitoring; repeated cycles of analysis of decision-making, planning and implementation of tasks with specific goals and a deadline for their solution; continuous monitoring and evaluation of the achievement of goals according to the content of the strategy and selected measures; facilitating the coordination of the actions of the strategy implementers with the use of monitoring, analysis and availability of sources of funding for certain activities [2].

The set of principles of behaviour, the requirements for strategic analysis, is determined by the long-term goals of the state economy. In the conditions of high turbulence ("vortex" nature of changes), increasingly fierce mega-competition and transitive nature of Ukraine's economic development, the top hierarchical level of strategic monitoring is a priority.[3] The set of requirements for strategic monitoring of macroeconomic indicators of socio-economic development and the monitoring of macroeconomic indicators based on cointegration analysis is presented in Fig.1.

Since the monitoring of significant macroeconomic indicators, the dynamics of which is key in developing and implementing a strategy for sustainable socio-economic development in the context of strategic management, is a complex multifaceted process, to assess, analyze and predict their status in the literature uses a wide range of formalized and informal methods. There are tools which consist of: determination of integrated indicators of the level of security in the space-time section based on the use of a set for different indicators with their threshold and optimal values.

The methodology of the proposed tools allows building available for review models of processes taking into account pre-crisis and crisis phenomena. At the same time, pre-crisis phenomena are associated with a complication of the nature of the dynamic process. These approaches prove their applicability, they are used to study dynamic modes and, perhaps, not only qualitative but also quantitative determination of system parameters at which pre-crisis and crisis phenomena can occur.

The choice of this mathematical toolkit for studying the dynamics of time series and assessing the relationship of macroeconomic indicators is due to the following features of this toolkit:

1) cointegration analysis is based on the concept of long-term relationship between non-stationary variables. The proposed methodology allows: to identify long-term relationships in non-stationary time series; is a convenient tool for short- and medium-term forecasting of individual time series; allows you to include and explore the complementary relationships between indicators and their lag values; allows you to perfectly describe and interpret the relationships between variables and their deviation from equilibrium; assess the degree of stability of the system;

2) the methodology of phase analysis allows to determine the equilibrium state, which may be several, and to assess the stability or instability of the corresponding equilibrium state at this point and its type, and is to build a phase portrait of the system as a method of depicting a dynamic process the ability to visualize the whole set of movements that occur in the system under different initial conditions.

A comprehensive monitoring of the study of the dynamics of macroeconomic indicators was carried out on the following indicators: GDP dynamics (GDP), investment dynamics (INVEST), industrial production dynamics (VPROD), import dynamics (IMPORT), M3 aggregate (M3), construction work dynamics (VBUD), wages (ZARPLATA), dynamics of migration rate (KOEFL_MIGR) and natural population growth (EST_PRIROST) according to official data of the state statistics of Ukraine.

Monitoring of the level of long-term interrelation of macroeconomic indicators of the economy of Ukraine on the basis of cointegration analysis was carried out in the following scheme, which is shown in Fig.1.

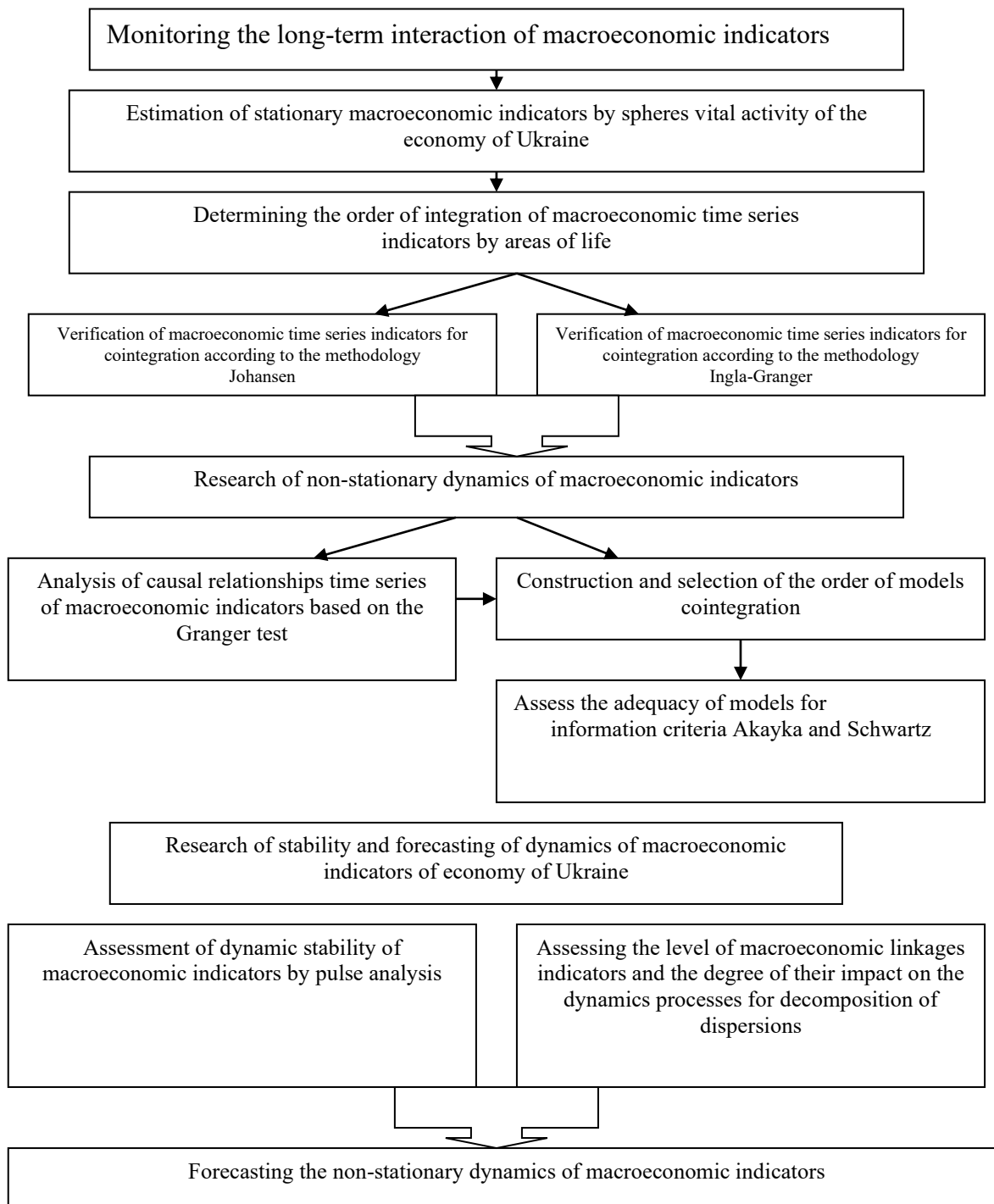


Fig. 1. Monitoring of macroeconomic indicators based on cointegration analysis

However, the intensification of globalization transformations in the dynamics of territorial development takes place in the context of global crisis processes and the strengthening of nonlinear relationships and processes that take place in them. Thus, it requires the improvement of management tools at all levels of the hierarchy and qualitative assessment of macroeconomic indicators, the dynamics of their behaviour and causation.

At present, the activity of transnational corporations (TNCs) and the inflow of foreign direct investment in Ukraine is significantly inferior to other countries of Western Europe and the CIS, but, despite this, Ukraine has significant potential for foreign investors and is a promising market[4].

When making investment decisions and choosing a country for the implementation of an investment project, TNCs are guided by many factors. In the scientific literature, there is still no generally accepted explanation of the reasons that determine the choice by corporations of a particular area for deploying an investment project.

At the same time, there are several groups of criteria for evaluating the effectiveness of an investment project:

- the attractiveness of the country in terms of costs (here, the cost of labour, the characteristics of the tax system and subsidies, the quality of infrastructure, human resources and the development of financial markets are

taken into account);

- the attractiveness of the country in terms of sales: characteristics of the local market, its development, growth potential and the country's openness to international trade;
- the attractiveness of the country in terms of cultural characteristics and political risk. According to these criteria, Ukraine is quite attractive for the activities of TNCs, but some factors still offset this attractiveness, while reducing the competitive advantages of our country.

The next we are going to investigate and describe *the optimal investment strategies with investor liabilities and investment determinants*.

Up to this point, the optimization model has focused primarily on portfolio assets, however practically all portfolios exist in order to meet some future obligations. Pension funds are set up to provide income and benefits to retirees. Endowments support current and future expenses of universities and foundations. Insurance company portfolios are designed to build assets in order to meet future claims. In all of these cases, the primary goal of the investor is not simply asset growth, but fulfilling future commitments. The investor is thus concerned with the growth of assets net of future outflows. In particular, a financial intermediary may be concerned with changes in net worth, where net is defined in terms of a set of existing liabilities[5].

There are different ways to express the problem of net worth optimization, however they all are related to the basic challenge of adapting a potentially complex set of future liabilities to the two-dimensional framework of the portfolio optimization model. In essence, the liabilities faced by the fund must be characterized by expectations of mean return, standard deviation, and correlations to assets if they are to fit into the risk-return space.

Consider, for example, a pension fund that has a known set of cash payouts due in a five year period extending from ten years to fifteen years in the future. The efficient frontier technology can be adapted to optimizing the portfolio with respect to these anticipated liabilities. In this case, the riskless asset from the fund's perspective would be a portfolio of bonds with cash flows precisely matching the future stream of liabilities. The risk and return and correlations of this matching portfolio of bonds perfectly characterize the liabilities, so in this sense it could be called a "liability asset."

This cash flow matching portfolio is also said to defeat the liabilities. It thus functions much like the riskless asset in the standard model. Once these known liabilities have been defeated, the fund can optimize over the remaining assets. This is equivalent mathematically to treating the liabilities as negative assets, and constraining the portfolio to hold the "liability asset" in the proportion that the present value of these future liabilities bears to the current value of the assets in the portfolio[6].

Thus, returns on net worth can be expressed in terms of assets and liabilities[7]. If S_t is surplus or net worth (assets minus liabilities), then return on surplus is

$$R_S = \frac{S_{t+1} - S_t}{S_t} \quad (1)$$

S_{t+1} - is determined as assets minus liabilities in period $t + 1$. It follows that

$$(1 + R_S) = \frac{A_{t+1} - L_{t+1}}{S_t} = \frac{A_{t+1}}{S_t} - \frac{L_{t+1}}{S_t} \quad (2)$$

Multiplying the first term by A_t / A_t and the second term by L_t / L_t results in

$$(1 + R_S) = \frac{A_{t+1}}{S_t} \times \frac{A_t}{S_t} - \frac{L_{t+1}}{L_t} \times \frac{L_t}{S_t} \quad (3)$$

recognizing that $A_t - L_t = S_t$.

One approach to net optimization is to use historical asset returns net of liabilities as an empirical starting point for the analysis. In the previous example, let us assume that the present value of the assets is twice that of the present value of the liabilities. Since a portfolio of intermediate-term zero-coupon government bonds defeases the liabilities, we may estimate the risk, return, and correlations of liability asset R_L using the historical time series performance of intermediate term government bonds.

We may also estimate the inputs for three asset classes: stocks [S], intermediate-term government bonds [B], and Treasury bills [F] using historical data. Then we transform each return series to the return on net worth by subtracting off the appropriately scaled liability series.

Thus, our "net" time-series, used to calculate inputs to the optimization model, are

$$R_S - \frac{1}{2}R_L, R_B - \frac{1}{2}R_L \text{ and } R_F - \frac{1}{2}R_L. \quad (4)$$

The means, standard deviations, and correlations of these three net series are then used to calculate an efficient frontier. What will this frontier look like? Note first that all of the positions of the basic asset classes change as a result of subtracting off the liabilities.

Consider a portfolio entirely invested in B . Since L and B are perfectly correlated to each other, the liabilities are defused, i.e., perfectly hedged through matching cash flows. This only requires half of the assets, however. The remaining half of the assets are then invested in intermediate term bonds. This asset portfolio now has half the expected return and half the variance compared to what a bond portfolio would have in an "asset only" optimization because the liabilities have effectively perfectly helped away this amount of the risk and return from the net investment.

Conclusions

Will Ukraine finally become an investment-attractive country for doing business and investing, or is it better to continue withdrawing capital and selling off assets? When will the best time to invest and how not to miss it? What new opportunities may open up for private and institutional investors in Ukraine in connection with the change in the country's geopolitical course? These and other topical questions are being asked today by business owners and active investors in Ukraine.

Due to the high level of uncertainty in the military-political sphere of Ukraine, it is difficult today to build any economic forecasts and give recommendations to investors. At the same time, we would like to draw the attention of the "waiting" investor to the opening prospects, unrealized and hidden investment opportunities. Ukraine today is a good place and time to invest.

The allocation of significant financial assistance and credit resources by international economic and financial organizations, the EU and the United States should stabilize the state of Ukraine's financial system in the near future. In turn, such a precedent should draw the attention of international private investors to the economy of our country.

The current time must be used effectively; it is the most promising for attracting foreign capital, because the attention of the whole world is focused today on the events in Ukraine. Right now the capitalization of Ukrainian companies is reaching the bottom and they are being sold at a discount, right now investments are needed to financially support promising companies and bring them on a growth trajectory.

In the work authors propose to improve the mechanisms of the state's investment policy based on the institutional quality and economic growth. The issue of improving the investment climate and business conditions has been and remains the most relevant for any country, especially a developing one. Lack of stable economic development, low level of product competitiveness, depreciation of fixed assets by 90% in virtually all sectors of the economy and a number of other factors, exacerbated the investment attractiveness of the state, especially in the context of recent events. Discussions in the field of European integration processes are impossible without a detailed assessment of the investment attractiveness and competitiveness of the Ukrainian economy [8].

Currently, international cooperation in the region is somewhat formal. Interregional relations are limited to the signing of memoranda between partner regions. Large cities of different countries usually hold large-scale events of an international nature, which unite representatives of the world community and are of interest for establishing business contacts with foreign partners. There is also no practice of exchanging experience between specialists who are directly involved in attracting investment and international cooperation [9].

Particular attention needs to be paid to attracting projects (programs) of international technical assistance, which are important for socio-economic development of the region, as their implementation significantly reduces the burden on local budgets, active institutional changes, infrastructure development, which in turn, creates a favourable investment environment in the region. Some projects (programs) of international technical assistance allow to solve first of all social problems, which are often financed on a residual basis [10].

Common factors hindering investment attraction and development of foreign economic cooperation are imperfection, instability and inconsistency of the legal framework governing capital investment in Ukraine, low awareness of the international community about the investment potential of Ukraine as a whole and its individual regions.

Summarizing the above, the following can be noted. In the context of economic imbalances and global challenges, it is expedient to pursue an active state investment policy. An important role in attracting investment is played by ensuring political and legislative stability, purposefully informing the public about the results of measures taken to improve the investment climate in the country, which should give a positive signal to potential investors. The implementation of the proposed recommendations will raise the investment sphere of the state to a qualitatively new level and will contribute to its socio-economic and technological development.

The analysis of the constructed models of interaction of macroeconomic indicators and their phase trajectories allows to conclude that at this stage of development of economy of Ukraine unsteady and unstable

dynamics is observed, trajectories have fluctuating periodic or periodic character, therefore, insufficient stability of system leads to strengthening over time, it can be increasingly influenced, which can lead to catastrophic consequences.

Taking into account nonlinear effects in models of economic dynamics allows to analyze the patterns of development of real socio-economic processes in difficult conditions, which determine the monitoring methodology is a set of models of cointegration and phase analysis of macroeconomic indicators in Ukraine's economy qualitative analysis of factors of sustainability of development, determining the features of the development of transformation and transition processes. Introduction of tools for studying the dynamics of interaction of key macroeconomic indicators based on the proposed method of monitoring non-stationary dynamic processes will determine the strategy of stabilization and further development of the state economy, the quality of which is determined by close get adequate forecasts.

Further research is planned in the direction of development and application of adequate tools for monitoring macroeconomic indicators based on the study of their non-stationary dynamics in the context of the implementation of the investment strategy of the state.

Acknowledgement

The scientific and methodical tools have been implemented: by the Executive Committee of the Odessa City Council in the form of "Scientific and methodological recommendations to local authorities regarding the evaluation of the effectiveness of investment projects under the conditions of compliance control (certificate No. 12.2-16 outgoing number / 890 dated December 6, 2016, Act No. 21 / 01-12 / D dated September 1, 2016); Department of Economic Development of Odessa City Council (certificate No. 2565 / 01-41 dated December 5, 2016) during the development of the Strategy of Economic and Social Development of Odessa City until 2022, Program of Socio-Economic and Cultural Development of Odessa City in 2020, Investment Strategy "Odessa 5T".

References

1. UNCTAD. Trade and Development Report (2016): URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2016_en.pdf
2. PEARCE, J.A. (2013): *Strategic management: formulation, implementation and control*. 8th ed. Publications Office of the McGraw-Hill Companies. ISBN 0-07-248846-8.
3. DROBYAZKO, S. (2020): Resource supporting of business economic security at the micro and macro levels. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 2020, 10(1), P. 307-320. ISSN 2029-7017 (print). ISSN 2029-7025 (online)
4. KARPENKO, L. (2017): The system of analytical tools of integrated managerial analysis for the activation strategy of the enterprise innovative investment development the system. In *International Conference on Current issues of world economy and politics: International Relations 2017*. Bratislava, University of Economics in Bratislava, pp. 499-510. ISBN 978-80-225-4488-7.
5. CASIDY, R. (2014): Linking Brand Orientation with Service Quality, Satisfaction, and Positive Word-of-Mouth: Evidence from the Higher Education Sector In: *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketin*, 2014, 26, 2, pp. 142-161
6. MAYOROVA, T. (2013): Investment process and financial and credit importance of its activation in Ukraine: monograph. Kiev:KNEU, 2013, 332 p.
7. ELTON, E. J. – GRUBER, M. J. (2014): *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis*. 7-th ed. New York: New York University, 2014. 728 p. ISBN-13 978-0470-05082-8.
8. KARPENKO, L. IZHA, M, RACHYNSKYI, A. (2020): Structural and Wave Analysis Energy Policy of Ukraine in the Context of European Integration. In Lidiia Karpenko, Mykola Izha, Anatolii Rachynskiyi (eds.). *Proceedings of the 5th International Conference on European Integration 2020*. Ostrava: VSB-Technical University of Ostrava, 2020, pp. 391-405. / ISBN 978-80-248-4455-8 (print). ISBN 978-80-248-4456-5 (on-line). ISSN 2571-029X. DOI 10.31490/9788024844565.
9. KARPENKO, L. – PASHKO P. (2019): Formation of the system of fair business practice of the company under conditions of corporate responsibility. *Academy of Strategic Management Journal, London*, 2019, V.18 (2), pp.1-8. Print ISSN: 1544-1458; Online ISSN: 1939-6104
10. LIPKOVA, L. (2012): Innovation Policy of the European Union. In: *Proceeding of the 1st International Conference on European Integration 2012*. Ostrava: VSB-Technical University of Ostrava, 2012, pp. 171-178. ISBN 978-80-248-2685-1.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-47>

УДК 657.1:658.115

Тетяна ЛАРИКОВА

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

<https://orcid.org/0000-0001-6064-2441>

larikovat2015@gmail.com

ОЦІНКА В СИСТЕМІ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕФІНАНСОВИХ АКТИВІВ РОЗПОРЯДНИКІВ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ

Об'єктом дослідження є особливості оцінки та переоцінки в системі облікового забезпечення нефінансових активів розпорядників бюджетних коштів. Уточнені проблемні питання процесу переоцінки груп нефінансових активів – основних засобів, визначені особливості відображення в системі бухгалтерського обліку дооцінки або уцінки нефінансових активів. Уточнено економічний зміст справедливої вартості як важливої складової обліку витрат у процесі подальшого визнання нефінансових активів.

Проведено аналіз нормативно-правового забезпечення проведення переоцінки нефінансових активів. Уточнено методику обліку результатів першої та подальшої переоцінки, уточнено особливості обліку дооцінки та уцінки відповідно до НП(С)БОДС 121 «Основні засоби», а саме: облік першої дооцінки; облік дооцінки раніше уцінених об'єктів; облік першої уцінки; облік уцінки раніше дооцінених об'єктів. Наведено приклади бухгалтерських проведення щодо обліку результатів переоцінки нефінансових активів - основних засобів, де обґрунтовано необхідність відкриття аналітичних рахунків. Розроблено структуру аналітичних рахунків до окремих субрахунків у розрізі переоцінки основних засобів, що дозволить відслідковувати результати наступної переоцінки, за умови отримання дооцінки, раніше уцінених об'єктів основних засобів, так і уцінки, раніше дооцінених об'єктів.

Запропоновано оновлені чинники, які можуть бути підставою для збільшення строків корисного використання об'єктів нефінансових активів розпорядників бюджетних коштів, а саме: 1. Очікувана ймовірність того, що розпорядник бюджетних коштів отримає в майбутньому економічні вигоди від його використання; 2. Використання активів оцінюють виходячи з його потенціалу корисності для суспільства; 3. Поліпшення об'єкта активів, що зумовлює збільшення морального та фізичного зносу.

Досліджено особливості документального оформлення, за результатами переоцінки нефінансових активів - основних засобів запропоновано вести реєстр щодо формування списків основних засобів, які підлягають переоцінці; позначені основні моменти для формування наказу щодо переоцінки; розроблено форму відомості для обліку термінів експлуатації основних засобів.

Ключові слова: оцінка, облік, переоцінка, дооцінка, уцінка, нефінансові активи, основні засоби, справедлива вартість, розпорядник бюджетних коштів.

Tatiana LARIKOVA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ASSESSMENT IN THE SYSTEM OF ACCOUNTING SUPPORT OF NON-FINANCIAL ASSETS BUDGET MANAGERS

The object of the study is the features of evaluation and revaluation in the accounting support of non-financial assets of budget managers. The problematic issues of the process of revaluation of groups of non-financial assets - fixed assets are specified, the peculiarities of reflection in the accounting system of revaluation or depreciation of non-financial assets are determined. The economic meaning of fair value as an important component of cost accounting in the process of further recognition of non-financial assets is clarified.

An analysis of regulatory and legal support for the revaluation of non-financial assets. The method of accounting for the results of the first and subsequent revaluation is specified, the features of accounting for revaluation and revaluation in accordance with the NS(C)BGS 121 "Fixed assets", namely: accounting for the first revaluation; accounting for revaluation of previously discounted items; accounting for the first markdown; accounting for the revaluation of previously revalued items. Examples of accounting transactions for accounting for the results of revaluation of non-financial assets - fixed assets, which justifies the need to open analytical accounts. The structure of analytical accounts to separate sub-accounts in the context of revaluation of fixed assets is developed. which will allow you to track the results of the next revaluation, subject to a revaluation of previously discounted items of property, plant and equipment and a revaluation of previously revalued items.

Updated factors that may be the basis for increasing the useful life of non-financial assets of budget managers, namely: 1. The expected probability that the budget manager will receive economic benefits from its use in the future; 2. The use of assets is assessed based on its potential utility for society; 3. Improving the object of assets, which leads to increased moral and physical depreciation.

The peculiarities of documentation are studied, based on the results of revaluation of non-financial assets - fixed assets, it is proposed to keep a register on the formation of lists of fixed assets to be revalued; the main points for the formation of the revaluation order are marked; the form of the statement for the account of service life of fixed assets is developed.

Key words: valuation, accounting, revaluation, revaluation, depreciation, non-financial assets, fixed assets, fair value, budget manager.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В процесі реформування системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності розпорядників бюджетних коштів актуальною проблемою є визначення правдивої інформації щодо оцінки нефінансових

активів та відображення її у фінансовій звітності. Оцінкою визначено складову методу бухгалтерського обліку, яка передбачає формування показників фінансової звітності прозорими, зрозумілими, достовірними. В процесі використання національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі (далі - НП(С)БОДС) підходи щодо оцінки нефінансових активів зазнали суттєвих змін, суттєво розширилися їх функції, урізноманітнилися види та методики розрахунку. В процесі подальшого визнання нефінансових активів на балансі виникають проблемні питання щодо необхідності проведення заходів на предмет зменшення корисності нефінансових активів або проведення їх переоцінки, з метою приведення залишкової вартості до їх справедливої вартості на річну дату балансу.

Проблемними залишаються питання в процесі переоцінки нефінансових активів є визначення справедливої вартості, розуміння економічної сутності, підстави до її проведення, залучення експерта та пошук бюджетних коштів на оплату його послуг. Зауважимо, що в процесі проведення переоцінки виникає потреба у визначенні справедливої вартості нефінансових активів, встановити яку може тільки суб'єкт оціночної діяльності (експерт) відповідно до Закону «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 № 2658-III (далі-Закон № 2658-III).

Відповідно до НП(С)БОДС 121 «Основні засоби» (далі – Стандарт 121) якщо в установі відбулась перша переоцінка групи нефінансових активів, тоді наступна переоцінка має проводитись з такою регулярністю, щоб їх залишкова вартість суттєво не відрізнялась від справедливої вартості цих об'єктів на річну дату балансу. В процесі дослідження спостерігається недосконалість нормативної бази щодо методологічних засад обліку переоцінки нефінансових активів розпорядників бюджетних коштів, що потребує уточнення.

Аналіз досліджень та публікацій

Становлення та розвиток бухгалтерського обліку і оцінки активів та відображення їх у фінансовій звітності в умовах імплементації НП(С)БОДС висвітлені в працях таких вчених, як: С.А. Гуненко [1], І.О.Кондратюк [4], Л.Г. Ловінська [5], Н.І. Сушко [6] С.В.Свірко [13], та інші. Не дивлячись на значні напрацювання вчених, більшість з них містять теоретичний аспект, без заглиблення у проблемні питання подальшого визнання нефінансових активів, їх оцінки та переоцінки, визначення справедливої вартості, що свідчить про актуальність обраного дослідження.

Матеріали та методи

Під час виконання роботи застосовано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: – аналізу та синтезу – для попереднього аналізу з формуванням проблеми, визначенням цілей; планування розробки з визначенням етапів послідовності проведення переоцінки; – аналогій та порівняльного співставлення – для визначення характеристик щодо вартісних оцінок існуючих у діяльності розпорядників бюджетних коштів.

Вклад основного матеріалу

Система бухгалтерського обліку перебуває на стадії реформування, у нормативно-правових документах немає чіткого алгоритму проведення переоцінки та поетапного відображення їх результатів в системі бухгалтерського обліку та фінансовій звітності.

Нормативні документи, які регулюють порядок оцінки та облік результатів переоцінки основних засобів є НП(С)БОДС 121 «Основні засоби» [3] та розроблені до них Методичні рекомендації [4]. В процесі реформування відбувалися зміни у зазначених документах, результатом якого є неоднозначне тлумачення сутності переоцінки.

Відомі вчені, такі як С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устинко, С.І. Юрій зазначають, що переоцінка передбачає проведення заходів щодо переоцінки активів, яку відображають у балансі підприємства шляхом збільшення або зменшення їх вартості [2, с. 50]. Л.Г. Ловінська стверджує, що переоцінка передбачає корегування первісної вартості об'єктів бухгалтерського обліку, тобто її зміну [5, с. 134]. А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин визначають, що переоцінювання основних засобів є зміна вартості основних засобів з метою приведення її відповідно до нових умов відтворення [3, с. 433].

Більш детально уточнює зміст переоцінки Стандарт 121, де вказано, що переоцінкою нефінансових активів є господарська операція, яка передбачає приведення залишкової вартості нефінансових активів до їх справедливої вартості на річну дату балансу [7].

Таким чином підсумуємо, дійсно переоцінка передбачає зміну вартості, однак з метою приведення залишкової вартості основних засобів до ринкової вартості, за якою можна цей актив продати.

При визначенні підстав для переоцінки потрібно з'ясувати поріг суттєвості, за допомогою індексу переоцінки, де основними показниками для розрахунку є залишкова вартість об'єкта нефінансових активів, яка може суттєво відрізнитись від справедливої вартості на річну дату балансу [7].

Поріг суттєвості прописується в обліковій політиці, рекомендаційним показником є 10%, норма визначена в Стандарт 121.

Звертаю увагу, для проведення переоцінки важливими для розуміння є поняття залишкова вартість, переоцінена вартість та справедлива вартість, тож варто дослідити їх зміст.

Згідно Стандарт 121 залишковою вартістю є різниця між первісною (переоціненою) вартістю нефінансового активу і сумою його накопиченого зносу. Справедлива вартість – це сума за якою установа може продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату. Переоцінена вартість – це вартість основних засобів після їх переоцінки [7].

Варто зупинити увагу на законодавчих актах, які регулюють правомірність визначення справедливої вартості нефінансових активів. У випадку переоцінки, наприклад основних засобів для цілей бухгалтерського обліку передбачено обов'язкове проведення оцінки суб'єктом оціночної діяльності (експертом), така норма визначена абз. 7 ч. 2 ст. 7 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 № 2658-III (далі-Закон № 2658-III) [9].

Тобто, визначення справедливої вартості основних засобів мають здійснювати суб'єкти оціночної діяльності, які зареєстровані в установленому законодавством порядку фізичні особи, а також юридичні особи незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності, які здійснюють господарську діяльність, у складі яких працює хоча б один оцінювач, та які отримали сертифікат суб'єкта оціночної діяльності. Документом, що містить висновок про вартість майна та підтверджує виконані процедури з оцінки майна суб'єктом оціночної діяльності, є звіт про оцінку майна.

Однак, послуги експерта потребують залучення додаткових витрат, які зазвичай непередбачені в кошторисі. В такій ситуації потрібно визначити, які саме групи нефінансових активів потребують переоцінки і з якою метою. Процедурно заходи з переоцінки активів здійснює комісія. Основними вимогами до проведення переоцінки нефінансових активів є отримання рішення про проведення переоцінки від керівника установи, разом з цим таке рішення потрібно погодити з органом, якому підпорядковані розпорядники бюджетних коштів. Розпорядники нижчого рівня погоджують рішення щодо проведення переоцінки з установою вищого рівня, тобто потрібно погоджувати таке рішення, із установою, яка затверджує кошторис, та вносити зміни до кошторису в розділі спеціального фонду.

Відповідно до Закону № 2658-III експерт визначає справедливу вартість майна, яке підлягає переоцінці. Майном вважаються об'єкти в матеріальній формі, будівлі та споруди (включаючи їх невід'ємні частини), машини, обладнання, транспортні засоби тощо; паї, цінні папери; нематеріальні активи, в тому числі об'єкти права інтелектуальної власності; цілісні майнові комплекси всіх форм власності [9].

Відповідно до Стандарт 121 підлягають переоцінці об'єкти нефінансових активів - основних засобів, на які нарахування амортизації здійснюють прямолінійним методом. У разі переоцінки основних засобів переоцінку здійснюють до всіх об'єктів визначеної групи основних засобів, до якої належить цей актив. Під групою нефінансових активів - основних засобів розуміють сукупність однотипних за технічними характеристиками, призначенням та умовами використання об'єктів основних засобів [7].

Об'єкти, які не підлягають переоцінці:

Згідно з п. 3 розд. III П(С)БО 121 не підлягають переоцінці:

- малоцінні необоротні матеріальні активи (субрахунок 1113);
- бібліотечні фонди (субрахунок 1112), якщо амортизація їх вартості здійснюється за методом 50 на 50 [7].

Відповідно до НП(С)БОДС 121 передумовами здійснення переоцінки нефінансових - активів – основних засобів є суттєва відмінність між залишковою вартістю активу від справедливої вартості. Згідно стандарту порогом суттєвості є величина, що дорівнює 10-відсотковому відхиленню залишкової вартості об'єктів основних засобів від їх справедливої вартості.

Поріг суттєвості розраховується за формулою:

$$\text{Поріг суттєвості} = \frac{\text{справедлива вартість ОЗ}}{\text{залишкова вартість ОЗ}} * 100\% \quad (1)$$

Якщо поріг суттєвості більше 10 % - це і є підстава для проведення переоцінки основних засобів

Переоцінена первісна вартість та сума зносу об'єкта основних засобів визначаються множенням відповідно первісної вартості і суми зносу об'єкта основних засобів на індекс переоцінки.

Індекс переоцінки розраховується за формулою:

Індекс

$$\text{переоцінки ОЗ} = \frac{\text{справедлива вартість об'єкта}}{\text{залишкова вартість об'єкта на звітну дату}} \quad (2)$$

При розрахунку індексу переоцінки результат доцільно округлювати до 4 знаків після коми.

Як видно із розрахунків, для розрахунку індексу переоцінки, має бути залишкова вартість. В більшості на практиці виникає ситуація, що процедура переоцінки проводиться тільки тоді, коли об'єкт нефінансових активів - основні засоби повністю амортизовані і не мають залишкової вартості

У випадках, коли залишкова вартість об'єкта основних засобів дорівнює нулю, то його переоцінену залишкову вартість визначають так: справедливу вартість цього об'єкта додають до його первісної

(переоціненої) вартості без зміни суми зносу об'єкта. Якщо комісією установи прийнято рішення щодо подальшого використання об'єкта основних засобів, обов'язково потрібно визначати ліквідаційну вартість. Відповідно, нарахування амортизації здійснюються виходячи з амортизаційної вартості автомобіля, яка розраховується як різниця між його переоціненою вартістю та ліквідаційною вартістю [7].

Після проведення переоцінки комісія має право переглянути строки корисного використання. При перегляді строку корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів комісія має враховувати різні чинники, основні з них наведені на рис.1.

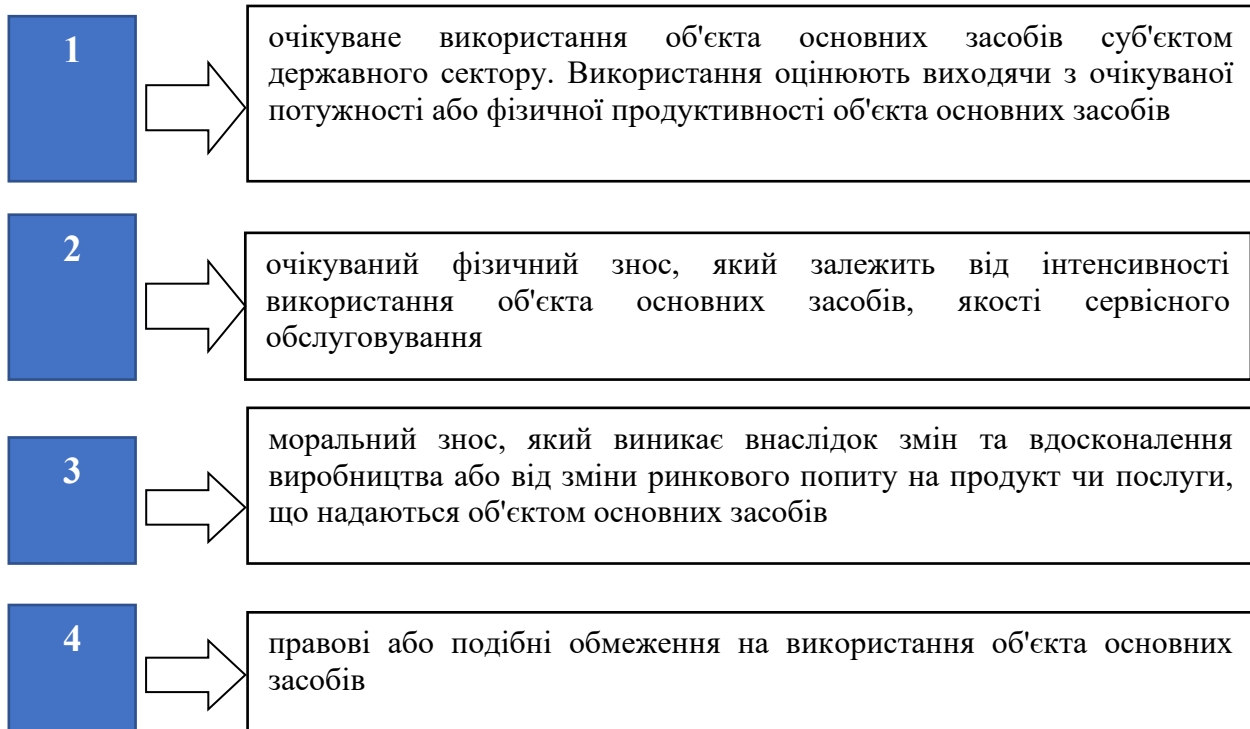


Рис. 1. Чинники при перегляді строку корисного використання (експлуатації) об'єкта нефінансових активів - основних засобів

Вказані чинники в Стандарті 121 більше стосуються специфіки підприємницької діяльності, відповідно для діяльності розпорядників бюджетних коштів потрібно використовувати дещо інші чинники, а саме:

1. Очікувана ймовірність того, що розпорядник бюджетних коштів отримає в майбутньому економічні вигоди від його використання;
2. Використання активів оцінюють виходячи з його потенціалу корисності для суспільства;
3. Поліпшення об'єкта активів, що зумовлює збільшення морального та фізичного зносу.

Як вище зазначено, у діяльності розпорядників бюджетних коштів може проводитись як перша переоцінка групи об'єктів основних засобів, так і наступна переоцінка відповідної групи об'єктів на кожну річну дату балансу

В обліку операції з переоцінки, зокрема в результаті якої проведено дооцінку об'єкта відображають на субрахунку 5311 «Капітал в дооцінках», відповідно уцінку відображають у складі витрат звітного періоду на субрахунку 8411 «Інші витрати за обмінними операціями».

Відповідно до Типової кореспонденції №1219 облік першої переоцінки, зокрема дооцінки та уцінки, наведено в табл. 1.

На кожну річну дату балансу можуть виникати підстави щодо проведення наступної, повторної переоцінки, і виникають такі ситуації, якщо перша була уцінка до об'єкта активів, що в попередніх періодах були дооцінені, тоді сума дооцінки відображається як доходи у сумі, що не перевищує суми зазначеної уцінки, із зарахуванням суми перевищення до капіталу в дооцінках звітного року. Якщо до проведення уцінки відбулася дооцінка об'єкта основних засобів, то сума його уцінки зараховується на зменшення капіталу в дооцінках, але не більше суми дооцінки, із включенням різниці до складу витрат звітного періоду.

У зворотному випадку, при виникненні перевищення сум раніше проведених дооцінок об'єктів нефінансових активів, яка переважає над попередньою уцінкою залишкової вартості відповідного активу. Період проведення переоцінки здійснюється щорічно у сумі, пропорційній нарахуванню амортизації, сума якої відноситься до накопиченого фінансового результату і одночасно зменшується сума капіталу у дооцінках. Також при вибутті активів зменшується вартість на всю суму залишкової вартості, що перевищує суми попередніх дооцінок цього об'єкта активу над сумою попередніх уцінок.

Таблиця 1

Особливості обліку першої переоцінки об'єктів нефінансових активів - основних засобів

№ з/п	Зміст операції	Первинні документи	№ Меморіального ордера	Кореспонденція субрахунків	
				Дт	Кт
1	Відображено результати дооцінки основних засобів в сумі: – дооцінки первісної вартості	Звіт про оцінку майна, акт переоцінки ОЗ	17	10 «Основні засоби»	5311 «Капітал в дооцінках»
	– коригування суми зносу			5311	1411 «Знос основних засобів»
2	Відображено результати уцінки основних засобів в сумі: – коригування суми зносу	Звіт про оцінку майна, акт переоцінки ОЗ	17	1411 «Знос основних засобів»	10
	– різниці залишкової вартості			8411 «Інші витрати за обмінними операціями»	10
3	Закрито рахунок витрат наприкінці звітного періоду	Бухгалтерська довідка	17	5511 «Фінансові результати виконання кошторису звітного періоду»	8411

Таким чином, результати наступних переоцінок у вигляді дооцінки або уцінки відображають такими бухгалтерськими проведеннями (табл. 2)

Таблиця 2

Особливості обліку наступної переоцінки об'єктів нефінансових активів - основних засобів

№ з/п	Зміст операції	Первинні документи	№ Меморіального ордера	Кореспонденція субрахунків	
				Дт	Кт
1	Відображено результати дооцінки об'єкта ОЗ, раніше уціненого, в сумі: – дооцінки залишкової вартості в межах попередніх уцінок, що були включені до складу витрат	Звіт про оцінку майна, акт переоцінки ОЗ	17	10	7411 «Інші доходи за обмінними операціями»
2	Відображено результати дооцінки (різниця між дооцінкою та попередньою уцінкою) об'єкта в сумі: – дооцінки первісної вартості	Звіт про оцінку майна, акт переоцінки ОЗ**	17	10	5311
	– коригування суми зносу			5311	1411
3	Закрито рахунок доходів наприкінці звітного періоду	Бухгалтерська довідка	17	7411	5511
	Відображено результати уцінки раніше дооціненого об'єкта в сумі: – коригування суми зносу	Звіт про оцінку майна, акт переоцінки ОЗ	17	1411	10
	– уцінки залишкової вартості в межах суми попередніх дооцінок			5311	10
	– перевищення уцінки залишкової вартості об'єкта над попередніми дооцінками цього об'єкта			8411	10
	Закрито рахунок витрат наприкінці звітного періоду	Бухгалтерська довідка	17	5511	8411

Як видно, результати повторної переоцінки об'єктів основних засобів в обліку відображаються залежно від попередньо проведеної переоцінки. Якщо в минулому періоді була відображена дооцінка групи об'єктів основних засобів, а в поточному періоді відбулася уцінка, то в системі бухгалтерського обліку спочатку зменшується капітал в дооцінка за кредитом субрахунку 5311 «Капітал в дооцінках», а на їх різницю відображаються витрати за дебетом субрахунку 8411 «Інші витрати за обмінними операціями».

У зв'язку з цим важливо вводити аналітичні рахунки до субрахунків основних засобів, капіталу в дооцінках, доходів та витрат за обмінними операціями, де відображається переоцінка основних засобів. Аналітичні компоненти доцільно відображати за видами об'єктів, із уточненням інформації щодо визначеної групи однотипних об'єктів для проведення переоцінки, результат попередньої переоцінки, бухгалтерське проведення, сума, документальне супроводження та вплив їх змін на фінансову звітність. Структура аналітичного рахунку до субрахунків основних засобів у розрізі їх переоцінки узагальнено в табл. 3.

Таблиця 3

Структура аналітичних рахунків до окремих субрахунків у розрізі переоцінки основних засобів

№ і назва субрахунку до рахунку 10 «Основні засоби»	Аналітичні компоненти													
	5-а цифра	6-а цифра	7-а цифра						8-а цифра					
	назва групи об'єкта переоцінки	вид об'єкта переоцінки	Перша переоцінка (сума дооцінки (уцінки))						Наступна переоцінка (сума дооцінки (уцінки))					
			Зміна первісної вартості		Сума, грн	Зміна зносу		Сума, грн.	Зміна первісної вартості		Сума, грн	Зміна зносу		Сума, грн
		Дт	Кт		Дт	Кт		Дт	Кт		Дт	Кт		Сума, грн
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1011 Земельні ділянки														
...														
...														
5311 «Капітал в дооцінках»														
7411 «Інші доходи за обмінними операціями»														
8411 «Інші витрати за обмінними операціями»														

Завдяки таким аналітичним компонентам виникає можливість відслідковувати результати першої переоцінки до групи об'єктів освоєних засобів та відслідковувати результати наступної переоцінки, які суттєво впливають на фінансовий результат та загалом на фінансову звітність.

Документальне оформлення передбачає внесення зміни даних про переоцінку (зміна вартості і суми зносу) у реєстри аналітичного обліку та оформлення Акта переоцінки основних засобів, форма якого затверджена наказом №818 [10].

Важливим моментом є документальне супроводження та оформлення операцій з переоцінки основних засобів. Все починається з переліку об'єктів основних засобів, які підпадають під вимоги проведення переоцінки. Формування таких переліків в подальшому полегшить роботу з проведення переоцінки нефінансових активів, відображення в формах фінансової звітності та довідкової інформації, яку розпорядники подають у складі річної звітності до розпорядника коштів вищого рівня.

Тож варто в процесі переоцінки вести реєстраційну форму щодо змін у вартості та зносі, форма якої наведено в табл.4.

Таблиця 4

Реєстр об'єктів основних засобів, які переоцінені станом на _____ р.

Місце знаходження об'єкта	Субрахунок	Найменування основного засобу	Інвентарний (номенклатурний) номер	Дата введення в експлуатацію	Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Залишкова вартість	Зміна у вартості об'єкта (+/-)	Зміна у сумі зносу об'єкта (+/-)	Ліквідаційна вартість	Примітки
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Відповідальна особа _____

(підпис)

(посада, ініціали та прізвище)

Дата складання _____

Таку форму доцільно складати в розрізі місць знаходження, а за місцями- в розрізі субрахунків обліку. Підсумки визначаються за кожним субрахунком, місцем знаходження основних засобів за кожною графою відомості.

На наступному етапі потрібно підготувати наказу керівника щодо проведення переоцінки. Звертаю увагу, якщо переоцінка проводиться в період інвентаризації варто затверджувати один наказ, який повинен мати такий заголовок: «Щодо проведення інвентаризації грошових коштів, активів та зобов'язань, переоцінки та визначення ліквідаційної вартості основних засобів, оформлення отриманих результатів станом на ___ (місяця) ___ (року)».

Далі для правильного нарахування амортизації доцільно також узагальнити інформацію про основні засоби, які протягом звітного року надійшли до установи та не мають повного року експлуатації, а також такі, які були на реконструкції, модернізації, добудові, дообладнанні. Зазначена інформація про основні засоби може бути оформлена у Відомості обліку строків експлуатації основних засобів за такою формою (табл. 5).

Таблиця 5

Відомості обліку строків експлуатації основних засобів

Інвентарний (номенклатурний) номер	Найменування основного засобу	Первісна (переоцінена) вартість	Дата введення в експлуатацію		№ та дата	Період	Причина	№ та дата	Період	Причина	Перебування в експлуатації (повні місяці) для нарахування амортизації на дату балансу
			№ документа	Дата							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Відповідальна особа

(підпис)

(посада, ініціали та прізвище)

Дата складання

Для визначення суми амортизації установи застосовують розрахунок амортизації основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів), форма якого затверджена наказом № 818 [10].

При цьому відображення в обліку результатів такого розрахунку установи здійснюються до початку проведення операцій з переоцінки нефінансових активів. До того ж, з метою накопичення повної інформації щодо нарахуваної амортизації, установа має право, керуючись Положенням про документальне забезпечення записів в бухгалтерському обліку, затвердженим наказом Мініну від 24.05.95 р. № 88, доповнити цю форму додатковими графами, інформація яких буде потрібна при заповненні фінансової звітності та приміток до неї [11].

Комісія установи на підставі Звіту про оцінку майна складає узагальнений Акт переоцінки основних засобів, форма якого затверджена наказом № 818. Акт комісія складає в розрізі місць знаходження, а за місцями - за субрахунками обліку основних засобів та необоротних активів спеціального призначення.

Отже, для накопичення інформації про переоцінені об'єкти нефінансових активів - основних засобів обґрунтовано необхідність відкривати аналітичні рахунки до субрахунків самостійно формувати окремі аналітичні форми та відомості, до яких варто заносити інформацію про результати переоцінки.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумовуючи доходимо висновків, проводячи переоцінку основних засобів бухгалтери стикаються із великою кількістю проблемних питань, зокрема з його документальним оформленням, методикою обліку та відображенням відповідної інформації в аналітичних регістрах. В період проведення переоцінки важливо чітко визначити етапи переоцінки нефінансових активів, створювати комісію, приймати правильні рішення, ретельно все документувати за формами, які затверджено наказом №818, так і розробляти власні форми, які допоможуть більш достовірно відображати результати оцінки та переоцінки нефінансових активів у фінансовій звітності.

Література

1. Гуненко С.А. Переоцінка як спосіб встановлення справедливої вартості основних засобів Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. Вип. 1 (31). С.93-107.

2. Економічний енциклопедичний словник : У 2 т / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устинко, С.І. Юрій ; за ред. С.В. Мочерного. Львів : Світ, 2006. Т. 2. 568 с
3. Загородній А.Г. Облік і аудит : термінологічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин. Львів : «Центр Європи», 2002. 671 с.
4. Кондратюк І. О. Переоцінка основних засобів бюджетних установ в умовах перехідного періоду порядку проведення та обліковий супровід. Ефективна економіка. 2015. file:///C:/Users/user/Downloads/efek_2015_11_79.pdf
5. Ловінська Л.Г. Оцінка в бухгалтерському обліку : монографія. К. : КНЕУ. 2006. 253 с.
6. Ловінська Л.Г., Сушко Н.І. Тенденції реформування системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності державного сектору України. Фінанси України. 2012. Вип 7. С. 84-100.
7. Про затвердження Національного положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 12.10.2010 № 1202. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10>.
8. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку для суб'єктів державного сектору: наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 № 11 URL: http://195.78.68.18/minfin/control/publish/article/main?art_id=407392&cat_id=407391.
9. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: закон України від 12.07.2001 № 2658-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>.
10. Про затвердження типових форм з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору та порядку їх складання. Наказ Мінфіна від 13.09.2016 р. №818 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1336-16#Text>
11. Про затвердження Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку. Наказ Мінфіна від 24.05.1995 № 88 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text>
12. Про затвердження Порядку заповнення форм фінансової звітності в державному секторі. Наказ Мінфіна від 28.02.2017 № 307 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17#Text>.
13. Свірко С.В. Модернізація бюджетного обліку як інструмент успішної інтеграції національної економіки до світового господарства. Актуальні проблеми економіки. 2014. №5 С.478-484.

References

1. Ghunenko S.A. (2015) Pereocinka jak sposib vstanovlennja spravedyvoji vartosti osnovnykh zasobiv [Revaluation as a way to establish the fair value of fixed assets] Problemy teorii i tametodologiji bukhghaltersjkoj obliku, kontrolju i analizu. Vyp. 1 (31). S.93-107.
2. Ekonomichnyj encyklopedychnyj slovnyk (2006): U 2 t [Economic encyclopedic dictionary] / S.V. Mochernyj, Ja.S. Larina, O.A. Ustynko, S.I. Jurij ; za red. S.V. Mochernogho. Ljviv : Svit, T. 2. 568 s
3. Zaghorodnij A.Gh. (2002) Oblik i audyt : terminologichnyj slovnyk [Accounting and audit: a terminological dictionary] / A.Gh. Zaghorodnij, Gh.L. Voznjuk, Gh.O. Partyn. Ljviv : «Centr Jevropy», 671 s.
4. Kondratjuk I. O. (2015) Pereocinka osnovnykh zasobiv bjudzhetnykh ustanov v umovakh perekhidnogho periodu porjadok provedennja ta oblikovoy suprovud. [Revaluation of fixed assets of budgetary institutions in the transition period, the order of conduct and accounting] Efektyvna ekonomika. 2015. file:///C:/Users/user/Downloads/efek_2015_11_79.pdf
5. Lovinsjka L.Gh. (2006) Ocinka v bukhghaltersjkomu obliku [Valuation in accounting] : monografija. K. : KNEU. 253 s.
6. Lovinsjka L.Gh., Sushko N.I. (2012) Tendenciji reformuvannja systemy bukhghaltersjkoj obliku ta finansovoji zvitnosti derzhavnogho sektoru Ukrainy [Trends in reforming the accounting and financial reporting system of the public sector of Ukraine] . Finansy Ukrainy. Vyp 7. S. 84-100.
7. Pro zatverdzhennja Nacionaljnogho polozhennja (standart) bukhghaltersjkoj obliku v derzhavnomu sektori 121 «Osnovni zasoby» (2010) [On approval of the National Regulation (standard) of accounting in the public sector 121 "Fixed assets"] : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 12.10.2010 № 1202. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10>.
8. Pro zatverdzhennja Metodichnykh rekomendacij z bukhghaltersjkoj obliku dlja subjektiv derzhavnogho sektoru (2015) [On approval of Methodical recommendations on accounting for public sector entities] : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 23.01.2015 № 11 URL: http://195.78.68.18/minfin/control/publish/article/main?art_id=407392&cat_id=407391.
9. Pro ocinku majna, majnovykh prav ta profesijnju ocinochnu dijalnistj v Ukraini (2001) [On the valuation of property, property rights and professional valuation activities in Ukraine]: zakon Ukrainy vid 12.07.2001 № 2658-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>.
10. Pro zatverdzhennja typovykh form z obliku ta spysannja osnovnykh zasobiv subjektamy derzhavnogho sektoru ta porjadku jikh skladannja (2016) [On approval of standard forms for accounting and write-off of fixed assets by public sector entities and the procedure for their compilation] . Nakaz Minfina vid 13.09.2016 r. №818 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1336-16#Text>
11. Pro zatverdzhennja Polozhennja pro dokumentaljne zabezpechennja zapysiv u bukhghaltersjkomu obliku (1995) [On approval of the Regulations on documentary support of records in accounting] . Nakaz Minfina vid 24.05.1995 № 88 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text>
12. Pro zatverdzhennja Porjadku zapovnennja form finansovoji zvitnosti v derzhavnomu sektori (2017). [On approval of the Procedure for filling in financial reporting forms in the public sector]. Nakaz Minfina vid 28.02.2017 № 307 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17#Text>.
13. Svirko S.V. (2014) Modernizacija bjudzhetnogho obliku jak instrument uspishnoji integhraciji nacionaljnoji ekonomiky do svitovogho ghospodarstva [Modernization of budget accounting as a tool for successful integration of the national economy into the world economy] . Aktualni problemy ekonomiky. №5 S.478-484.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-48>

УДК 330

Ірина БУБЕНЕЦЬ

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-4893-6118>

e-mail: bubirag8@gmail.com

Ольга ЧАТЧЕНКО

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-003-0618-339X>

e-mail: olga.chatchenko@gmail.com

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

У статті досліджено особливості маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи спричиненою COVID-19 та воєнним станом в Україні. Розглянуто сутність і відмінність електронної комерції від традиційної. Проаналізовано динаміку зростання користувачів інтернетом та онлайн-продажів в Україні за останні роки. Виявлено ефективний та бюджетний маркетинговий канал комунікації, визначено його переваги та завдання. За підсумками проведених досліджень запропоновано рекомендації щодо напрямку розвитку маркетингової діяльності підприємствам, які функціонують в умовах кризи.

Ключові слова: маркетингова діяльність; соціально-медійний маркетинг, електронна комерція; соціальні мережі; маркетингова стратегія; канал комунікації, криза.

Iryna BUBENETS, Olga CHATCHENKO

State Biotechnological University

MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISES IN A CRISIS

The global crisis created by the pandemic in 2019 and Russia's military attack on Ukraine on February 24, 2022 created harsh conditions for business to operate. Entrepreneurs need to be ready to respond in a prompt way to the needs and behavior of consumers to continue their business. The marketing activities of enterprises are currently an extremely important problem in the martial law of the country, as the previous crisis associated with COVID-19 has already made some adjustments in the work of enterprises and society.

The article studied the specifics of enterprises' marketing activities in the crisis caused by COVID-19 and the martial law in Ukraine. It is indicated that entrepreneurs have reduced their marketing costs and use marketing methods that focus on promoting goods or services over the Internet, developing online retail skills. The essence and difference of e-commerce from traditional are considered. Given the work experience in the crisis caused by COVID-19, companies consider social networks and their opportunities for the development of their business as a very promising component of successful marketing activities. The dynamics of Internet users' growth and online sales in Ukraine in recent years are analyzed. It is noted that social networks are one of the most effective tools of marketing communications, which does not require significant costs and has a large audience of users. Thus, companies are advised to establish around this tool their marketing strategy for social media marketing (SMM). The advantages and tasks of SMM are defined. To use the POST-method in the development of SMM strategy is proposed (P: People - analysis of the target audience, O: Objectives - definition of clear goals, S: Strategy - development and growth of consumer interaction strategy, T: Technology - selection of social media tools).

Thus, it should be noted that the crisis in Ukraine leads to the requirement to create budgetary and effective communication channels. One of such channels is social networks, and an effective tool of marketing communications is social media marketing (SMM). An important advantage of such a tool is that it is almost free, has a large audience of users, various means of influence on the target audience, as well as the strategy (SMM) is a logical continuation of the functional marketing strategies.

Prospects for further research in this field may be the issues of assessment of marketing activities effectiveness in social networks in a crisis.

Keywords: marketing activities; social media marketing, e-commerce; social networks; marketing strategy; communication channel, crisis.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Світова криза, яка була створена пандемією у 2019 році та воєнний напад Росії на Україну 24.02.2022 року створили жорсткі умови функціонування бізнесу. Підприємцям потрібно бути готовими до швидкого реагування щодо потреб та поведінки споживачів для подальшого ведення свого бізнесу. Маркетингова діяльність підприємств на цей час в умовах воєнного стану країни є надзвичайно важливою проблемою, оскільки попередня криза, що була пов'язана із COVID-19 вже внесла певні корективи у роботу підприємств та життя суспільства. Через військові дії відбувається суттєве скорочення комерційної діяльності та інтересу споживачів до покупок. З огляду на це, сьогодні, для збереження та розвитку бізнесу, як міцної опори української економіки, виносяться питання щодо здійснення трансформацій у маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи, розроблення дієвих маркетингових рішень, які привернуть увагу та розширять коло потенційних споживачів, та збільшать обсяги продажів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку маркетингу в період кризи висвітлювалися в роботах Е.М. Короткова, М.М. Покровської, Е.А. Уткіна, В.І. Кошкіна, А. Амеліна, А. Блінова, Я. Лаврика, Д. Моніна та інших вітчизняних науковців та фахівців [1]. Проте авторами не приділено належної уваги проблемі маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи, яка постала перед Україною у зв'язку із COVID-19 та воєнною агресією зі сторони ворожої держави.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень з питань маркетингової діяльності підприємств в сучасних умовах [2], велику актуальність набувають питання вивчення ефективних маркетингових рішень та стратегій розвитку підприємств в умовах кризи, що потребує їх подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи, аналіз користувачів інтернетом та онлайн-продажів в Україні, виявлення ефективного та бюджетного маркетингового каналу комунікації, визначення його переваг та завдань, надання рекомендацій щодо напрямку розвитку маркетингової діяльності підприємствам, які функціонують в умовах кризи спричиною COVID-19 та воєнним станом в Україні.

Виклад основного матеріалу

Маркетингова діяльність підприємства передбачає використання різноманітних підходів щодо розвитку діяльності суб'єкта господарювання, які базуються на принципах, функціях, елементах та методах маркетингу, що орієнтуються на потреби споживачів. Особливістю маркетингової діяльності будь-якого підприємства, слід зазначити потребу у фінансових інвестиціях, адже вдале використання різноманітних інструментів маркетингу є запорукою успішного просування товарів або послуг на ринку. За фактичними результатами ведення бізнесу, підприємству необхідно проводити оцінку ефективності маркетингової діяльності, яка ґрунтується на розрахунку різних показників, що відображають прибутковий від комерційної діяльності. У зв'язку із кризами, які охопили не тільки нашу країну, але і весь світ, підприємці останнім часом скоротили свої витрати на маркетинг і використовують маркетингові методи, що зорієнтовані на просування товарів або послуг через Інтернет, розвиваючи навички онлайн-ритейлу. Такі продажі мають свою специфіку та значно відрізняються від торгівлі у звичайному магазині.

Онлайн-ритейл являє собою систему економічних відносин, що розгортаються у web-просторі та орієнтовані на кінцевого споживача. За системою національних рахунків електронна комерція включає трансакції, що відображають рух проміжного продукту (B2B, C2B) кінцевого споживання (B2G, B2C) та перерозподільних операцій (перепродажу товарів між домогосподарствами) на Інтернет-аукціонах, торговельних майданчиках соціальних мереж (C2C). В онлайн-ритейлі, який включає мобільну комерцію (m-торгівля), застосовуються моделі трансакцій B2C та C2C. Він є частиною електронної торгівлі (e-торгівля), в якій взаємодоповнюється фізичне представлення (наявність та доставка) товару з цифровою торговельною послугою, суто онлайн-форматом або комплементарними онлайн та офлайн форматами суб'єкта роздрібно-торгівлі і фізично-цифровим проведенням трансакції (оплата готівкою через банк – фізично, через системи електронних грошей – цифровим способом). У цілому, сутність і відмінність електронної комерції від традиційної полягає в тому, що продуктом, який є об'єктом трансакції, виступає не тільки фізичний товар, інформація, але й електронна комунікація у віддаленому доступі, що забезпечує перебіг трансакції та надає можливість не переміщуючись долати географічні відстані, проводити операції з будь-якої точки світу, де створені для цього умови [3].

Враховуючи досвід роботи в умовах кризи, пов'язаної із COVID-19, сьогодні підприємства для розвитку свого бізнесу розглядають соціальні мережі та їх можливості, як досить перспективну складову успішної маркетингової діяльності. Доля користувачів Інтернетом в Україні та активність споживачів у соціальних мережах останніми роками значно збільшилась (рис.1). Отже і онлайн-продажі збільшились, на відміну від підприємців, які не скористалися можливістю впровадити у свою діяльність інструменти маркетингу через соціальні мережі Інтернет-середовища.

Спілкування в соціальних мережах вже стало часткою повсякденного життя мільйонів людей у всьому світі. В будь-який момент часу Інтернет зробив можливим спілкування людей, а саме соціальні мережі являють собою масштабний та конкретний інструмент, який дозволяє підприємцям вибудовувати взаємозв'язки з споживачами, активізувати соціальну складову онлайн взаємодії.

У 2020 році частка мобільної е-комерції становила близько 30% від загальних обсягів продажів на ринку е-комерції. За даними компанії CBR, в 2020 році в Україні 24,8 млн. людей - це користувачі Інтернет, з них 33% українців були постійними онлайн-покупцями, тоді як в 2019 цей показник становив 29%. Карантинні обмеження пов'язані з пандемією COVID-19 прискорили тенденцію переходу українців в онлайн-магазини [4]. За даними дослідження компанії CBR, у 2021 році 78% українців – користувачі Інтернет, а 42,3% українців – постійні онлайн-покупці.

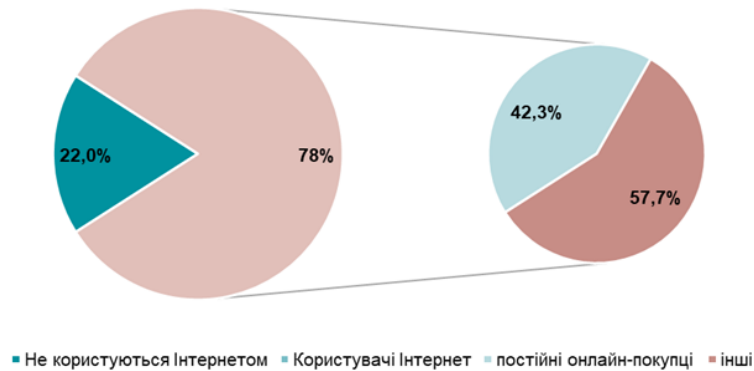


Рис.1. Доля користувачів Інтернетом в Україні у 2021р. [4].

Отже, внаслідок зростання кількості користувачів Інтернетом в Україні стає очевидним, що маркетингова діяльність у соціальних мережах має велике значення та потребує від підприємств мобільності, гнучкості, здатності до швидкого реагування й пристосування у високо динамічному середовищі. Маркетингові заходи та інструменти мають бути спрямовані не лише на традиційного споживача, а і на споживача в соціальних мережах.

За короткий час соціальні медіа перетворились на бізнес-простір та агентів впливу на суспільну та індивідуальну свідомість, що зумовило розвиток окремого напрямку цифрового маркетингу – SMM (англ. Social Media Marketing) – соціально-медійного маркетингу. Маркетинг у соціальних мережах – це комплекс специфічних онлайн-маркетингових заходів, що здійснює вплив на цільову аудиторію через канали соціальних платформ та спрямований на досягнення маркетингових цілей організації або персони (поліпшення якості або чисельності цільової аудиторії; зміни звичок покупки і використання товару; просування бренду/продукту/компанії та підвищення лояльності до нього; залучення нової аудиторії) [3]. Основними перевагами застосування SMM є можливість малобюджетного маркетингу, залучення цільової аудиторії, можливість проводити спеціальні дослідження, моніторити аудиторію бренду/товару/послуги, вивчати поведінку споживачів тощо. SMM дозволяє вирішити ряд маркетингових завдань: підтримувати постійний контакт із цільовою аудиторією; підвищувати впізнавання бренду; проводити PR-кампанії; оперативно інформувати аудиторію; виходити на ринок з новою лінійкою товарів або послуг; збільшувати відвідувачів сайту компанії; формувати та розширювати коло лояльних користувачів; проводити дослідження; збільшувати продажі.

Будь-який бізнес може адаптувати SMM-кампанію під свою специфіку. Для великих компаній характерна робота відразу на декількох майданчиках, вони використовують соціальні мережі для іміджу компанії, обізнаності клієнтів, підвищення лояльності. Середній та малий бізнес використовують в соціальних мережах інструменти для підвищення продажів, інформують клієнтів про розпродажі та акції, а також спонукають їх робити повторні покупки. Відзначимо, що соціальні мережі полегшили життя і покупцям, так як вони тепер можуть без проблем оцінити цікаві для них товари і послуги, прочитати відгуки і, безпосередньо, зв'язатися з представниками компанії. SMM входить в наше життя стрімко, тому зараз жодна велика компанія не може обійтися без власної сторінки в соціальних мережах [5].

Підприємство під час будь-якої кризи повинно мати покроковий план дій виходу з кризової ситуації, розробляти стратегії на короткий термін. У зв'язку із тим, що соціальні мережі являються одним із найбільш ефективних інструментів маркетингових комунікацій, який не потребує значних витрат та має велику аудиторію користувачів, все більше сучасних компаній починає вибудовувати навколо цього інструменту свою маркетингову стратегію (SMM). Важливим етапом присутності в соціальних мережах є вибір самих веб-сайтів (Facebook, Twitter, Instagram, ділова соціальна мережа LinkedIn, фотохостинг Pinterest, сервіси мікроблогів Tumblr і Flickr, індивідуальних месенджерів WhatsApp, Viber, Telegram; відеохостинги YouTube і Vimeo) з урахуванням характеристики аудиторії користувачів, яка вже склалася на цих платформах.

За підсумками проведених досліджень маємо запропонувати підприємствам, що функціонують в умовах кризи, розкрутити свій бізнес ще в мережі Інтернет, розвиваючи навички онлайн-ритейлу, не відмовлятися від маркетингу, застосовувати бюджетні канали маркетингових комунікацій через соціальні мережі, а при розробці стратегії SMM використовувати POST-метод:

P: People (люди) – аналіз цільової аудиторії. Розроблення стратегії SMM необхідно починати з вивчення існуючих або потенційних споживачів та аналізу соціально-медійних платформ, що ними використовуються. На цьому етапі здійснюється дослідницько-аналітична діяльність та ідентифікується, яким видам онлайн діяльності споживачі надають перевагу.

O: Objectives (цілі) – визначення чітких цілей. Фірма повинна мати чітко визначені цілі своєї майбутньої онлайн діяльності (ними можуть бути: управління репутацією в онлайн режимі, підвищення

впізнаваності бренда, завоювання споживачької уваги тощо). Не потрібно також забувати, що загальною метою SMM для будь-якої компанії є забезпечення наявності компанії в соціальних медіа.

S: Strategy (стратегія) – розроблення та розвиток стратегії взаємодії зі споживачами. Для реалізації даного етапу розвитку стратегії SMM, перш за все, необхідно відповісти на питання: «Як саме ви бажаєте змінити відносини з клієнтами?»

Виділяють п'ять основних стратегій, до яких схиляється більшість сучасних компаній у сфері взаємовідносин з клієнтами:

1. Вислуховування: дослідження того, що клієнти говорять про продукцію або послуги компанії.
2. Висловлювання: використовуючи соціальні медіа з метою поширення оголошень, ідей і думок до клієнтів.
3. Стимулювання: пошук клієнтів і розвиток взаємовідносин співпраці.
4. Підтримка клієнтів у сфері надання допомоги один одному.
5. Залучення клієнтів до бізнесу для досягнення цілей та дизайн продукції.

T: Technology (технологія) – підбір інструментів соціальних медіа. При формуванні соціально-медійного апарату провести ретельний аналіз існуючих соціальних медіа та їх призначення, звернути увагу на вподобання споживачів у користуванні тими чи іншими соціальними мережами [6].

Отже, зазначимо, що кризова ситуація в Україні призводить до потреби створення бюджетних та ефективних каналів комунікації. Одним із таких каналів стали соціальні мережі, а ефективним інструментом маркетингових комунікацій – соціально-медійний маркетинг (SMM).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В результаті проведеного дослідження можна відзначити, що в умовах кризи все більше сучасних підприємств цікавить соціальна мережа, як ефективний канал маркетингових комунікацій. Важливою перевагою даного інструменту є те, що він практично безкоштовний, має велику аудиторію користувачів, різноманітні засоби впливу на цільову аудиторію, а стратегія (SMM) є логічним продовженням функціональних стратегій маркетингу. Подальшими дослідженнями, у цьому напрямку, можуть стати питання оцінювання результативності маркетингової діяльності в соціальних мережах в умовах кризи.

Література

1. Тер-Карпетянц Ю. М. Вплив кризи на маркетингову діяльність підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/64.pdf
2. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.
3. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C / Н.Л. Савицька // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – Т.1. №1. – С.20-33.
4. Аналіз ринку електронної комерції в Україні. 2021 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-2021-god>
5. Ратинський В.В. Переваги маркетингу в соціальних мережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://core.ac.uk/reader/161260370>
6. Bernoff J. The POST Method: A systematic approach to social strategy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>.

References

1. Ter-Karapetians Yu. M. Vplyv kryzy na marketynhovu diialnist pidpriemstv [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/64.pdf
2. Marketynhova diialnist pidpriemstv: suchasnyi zmist [monohrafiia] za zah. red. d.e.n., prof. N.V. Karpenko. – Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2016. – 252 s.
3. Savytska N.L. Marketynh u sotsialnykh merezhakh: strathii ta instrumenty na rynku V2S / N.L. Savytska // Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii. – 2017. – T.1. №1. – S.20-33.
4. Analiz rynku elektronnoi komertsii v Ukraini. 2021 rik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-2021-god>
5. Ratynskiy V.V. Perevahy marketynhu v sotsialnykh merezhakh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : <https://core.ac.uk/reader/161260370>
6. Bernoff J. The POST Method: A systematic approach to social strategy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-50>

УДК 336.1

Тарас ВАСИЛЬЦІВ

Львівського торговельно-економічного університету

<https://orcid.org/0000-0002-2889-6924>

e-mail: tgvas77@ukr.net

Марта КУНИЦЬКА-ІЛЯШ

Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

<https://orcid.org/0000-0003-2559-1065>

СТАН ТА ПРОБЛЕМАТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті акцентовано на актуальності дослідження сучасного стану економічної безпеки галузей реального сектора національної економіки України. Здійснено аналіз обсягів виробництва та реалізації продукції промисловими підприємствами. Проаналізовано структуру промислового виробництва в Україні з позиції економічної безпеки вітчизняних підприємств. Наведено характеристику основних показників розвитку промислових підприємств України у контексті забезпечення їх економічної безпеки. Продемонстровано ключові індикатори розвитку підприємств промисловості у системі функціонування національного господарства України. Узагальнено ключові показники обсягів та ефективності функціонування підприємств таких галузей національної економіки України, як сільське господарство, аграрний та будівельний сектори, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, транспорт і зв'язок. Зроблено висновки в контексті сучасних трендів розвитку вітчизняних підприємств реального сектора національної економіки та їх впливу на передумови забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Ключові слова: суб'єкти господарювання, економічна безпека, реальний сектор економіки, пріоритетні галузі, політика забезпечення.

Taras VASYLTSIV

Lviv University of Trade and Economics

Marta KUNYTSKA-ILYASH

Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S. Z. Gzyskyi

STATE AND PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES OF THE REAL SECTOR OF UKRAINE'S ECONOMY

The purpose of the article is to analyze and generalize the current state and development trends of domestic business entities of the real sector of the national economy of Ukraine in the context of the establishment of prerequisites for their economic security.

The article focuses on the relevance of the study of the current state of economic security in the real sector of the national economy of Ukraine. The analysis of production volumes and sales of products by industrial enterprises was carried out. The structure of industrial production in Ukraine is analyzed from the point of view of the economic security of domestic enterprises. The characteristics of the main indicators of the development of industrial enterprises of Ukraine in the context of ensuring their economic security are given. The key indicators of the development of industrial enterprises in the system of functioning of the national economy of Ukraine have been demonstrated. The key indicators of the volume and efficiency of the functioning of enterprises in such branches of the national economy of Ukraine as agriculture, agrarian and construction sectors, transport, warehousing, postal and courier activities, transport and communication are summarized. Conclusions are made in the context of modern trends in the development of domestic enterprises of the real sector of the national economy and their impact on the prerequisites for ensuring the economic security of economic entities.

It is proved that the development of industry and the real sector of the economy of Ukraine has a controversial nature with signs of uncertainty in the direction of progress, lack of stable financial support for production, in particular products with high added value, and investment guarantee for innovative and technological modernization. Based on the results of the indicative and structural-temporal analysis, the existential challenges of the development and preservation of financial security of the priority sectors of the economy were determined.

The applied value of the research results lies in the identification of problematic aspects of the state and development trends of domestic enterprises of the real sector of the national economy in the context of ensuring their economic security.

The scientific novelty of the research results lies in the improvement of the methodology for identifying the conditions for ensuring the economic security of enterprises.

Key words: business entities, economic security, the real sector of the economy, priority industries, security policy.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасний стан розвитку економічної системи України детермінується диспропорціями в галузевій структурі суспільного виробництва, втратою конкурентних позицій вітчизняних підприємств на ринках, зменшенням частки наукоємної промислової продукції, значною дивергенцією інноваційно-технологічного розвитку з високотехнологічними країнами світу, а також низькою ефективністю структурних трансформацій національної економіки. Економічний поступ і високий рівень конкурентоспроможності країни неможливі без забезпечення економічної безпеки та розвитку пріоритетних галузей національного

господарства. Соціально-політичні потрясіння, війсьний конфлікт на Сході країни, анексія АР Крим (2014 р.), світова пандемія Covid-19 (2020-2022 рр.) і повномасштабна військова агресія РФ проти України (лютий 2022 р.) призвели як до кризи виробництва, втрати промислової інфраструктури, зниження темпів зростання галузей реального сектора економіки, так і до скорочення обсягів ВВП (за оцінками НБУ – до 30 %, Світового банку – до 45 %), відтоку інвестиційних активів, втрати конкурентних переваг і стагнації національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Загальні підходи до сутнісного трактування понять національної та економічної безпеки держави, галузі, суб'єктів господарювання досліджуються такими науковцями, як І. Баланюк, М. Максимюк [1, с.142-145], С. Жураківський [7, с.63-70], М. Кіржецька, Ю. Кіржецький [9, с.71-74], О. Олійничук [11, с.93-100], Н. Юрків [13, с.100-120], Я. Березівський [14, с.825-836], Р. Лупак [15, с. 860-864] та ін. Важливість забезпечення безпосередньо економічної безпеки, особливо галузевих систем і комплексів, які є стратегічно важливі для сталого соціально-економічного розвитку країни, є предметом наукових досліджень Т. Васильціва [3-4], М. Єрмошенка [6, с.40], Р. Лупака, А. Дідич [10, с. 248-252] та ін. Різні аспекти як економічної, так і економічної безпеки мікро-, мезо- та макроекономічних систем досліджують І. Білах [2, с.136-141], С. Васильчак [5, с.20], Н. Іляш [8, с.82], Т. Ставерська [12, с.98-103] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість публікацій з цієї проблематики на сьогодні недостатньо розробленими залишаються методико-прикладні рішення з удосконалення безпосередньо державної політики забезпечення розвитку та зміцнення економічної безпеки вітчизняних підприємств.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз і узагальнення сучасного стану та тенденцій розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання реального сектора національної економіки України у контексті становлення передумов їх економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу

Стан промисловості України протягом 2010-2021 рр. демонстрував ознаки кризи, які загострювалися у періоди економічних і політичних потрясінь 2008-2009 рр. і 2014-2015 рр. Примітно, що 2012-2015 рр. характеризувалися швидкими темпами падіння промислового виробництва, що у 2015 р. склало 12,3 %. У 2016 р. індекс промислової продукції становив 104,0 % у порівнянні з 2015 р. У 2019-2020 рр. падіння індексу промислового виробництва становило 4,5 %. За досліджуваний період найменше значення індексу промислової продукції було у 2009 р. (падіння промислового виробництва спостерігається на 20,6 % у порівнянні з 2008 р.), що спричинено системною економічною кризою.

Так, у 2015 р. спостерігалася критична динаміка розвитку національної економіки країни, зокрема обсяги ВВП України скоротилися на 9,9 % порівняно з 2014 р. (для порівняння, у 2014 р. – на 6,6 %). У промисловості та реальному секторі економіки, де створюється понад третини валової доданої вартості економіки, зниження реального ВВП України у 2015 р. відбулося в усіх видах діяльності. У переробній промисловості обсяги ВВП зменшилися на 13,7 %, добувній промисловості – на 14,3 %, транспортній сфері – на 1,4 %. Примітно, що у 2014 р. спостерігалися на 2,3 % більші обсяги ВВП сільського господарства, ніж у 2013 р. Показники розвитку промисловості та інших галузей національного господарства у 2016-2017 рр. свідчили про початок економічного відновлення України і поступового виходу з системної кризи, що привело до зміцнення економічної безпеки пріоритетних галузей економіки.

У 2019-2020 рр. відбулося падіння промислового виробництва на 0,5 % і 4,5 % відповідно, що спричинено зростанням вартості енергоносіїв, зокрема, природного газу, а також поширенням пандемії Covid-19, зниженням економічної активності суб'єктів господарювання, системними проблемами промислового сектору економіки країни, зокрема високим рівнем зносу основних засобів промисловості (у 2020 р. показник становив 63,9 %), низькими темпами технологічно-інноваційного розвитку та відсутністю трансферу передових промислових інновацій.

Промисловість як пріоритетна галузь економіки України протягом 2007-2020 рр. не мала перманентних ознак прогресу, про що свідчать основні індикатори розвитку. Обсяги реалізованої продукції у 2020 р. зросли у 4,5 рази порівняно з 2007 р., однак, середньорічні темпи зростання обсягів скоротилися на 20,7 в.п. У 2009 р. і 2013 р. темпи скорочення становили 12,0 % і 3,3 % відповідно. Вартість основних засобів за досліджуваний період зросла у 6,2 разів або на 3378,8 млрд грн. Темп приросту вартості основних засобів збільшився на 2,0 в.п., зокрема найбільше зростання відбулося у 2015 р. (98,3 %), а у 2016 р. спостерігалася суттєве скорочення темпів приросту основних засобів на 20,0 %. Одним із індикаторів регресу промисловості України є і скорочення середньооблікової кількості штатних працівників з 3,29 млн осіб у 2007 р. до 1,8 млн осіб у 2020 р., а темп скорочення за 2007-2020 рр. становив 0,7 в.п. Середньорічний темп зростання місячної заробітної плати у розрахунку на одного штатного працівника за 2007-2020 рр.

рівний 17,9 %. Суттєвий приріст спостерігався у 2008 р. (на 29,8 % порівняно з 2007 р.) і у 2017 р. (на 29,3 % порівняно з 2016 р.). Фінансовий результат промислових підприємств України зменшився на 51,0 % або 66,0 млрд грн, частка збиткових підприємств серед усіх промислових суб'єктів господарювання у 2020 р. становила 30,3 %, що на 3,3 в.п. більше, ніж у 2015 р., але на 7,7 в.п. менше, ніж у 2012 р. Рентабельність операційної діяльності промислових підприємств зменшилася на 1,9 в.п. за 2007-2020 рр., зокрема найбільший рівень рентабельності спостерігався у 2017-2018 рр. (6,8 % і 6,3 % відповідно). Відтак, окреслені тенденції розвитку промислового сектору України призвели до послаблення економічної безпеки галузі, зокрема негативно вплинули на інвестиційну привабливість промислових суб'єктів господарювання, мінімізувавши частку довгострокових, поточних і фінансових інвестицій в активах, а також на ефективність капітальних вкладень і рівень реінвестування прибутку.

Промисловий комплекс України є найважливішим системоутворюючим чинником національної економіки, основною детермінантою реалізації пріоритетних напрямів економічного поступу країни, забезпечення її економічної безпеки, а, відтак, високих стандартів життя. Розвиток високотехнологічної промисловості з великою часткою інноваційно активних підприємств, упроваджених науково-інноваційних розробок та ефективною співпрацею з галуззю науки та інноваційної діяльності є умовою забезпечення її економічної стійкості та формування конкурентних переваг, а у підсумку – сталого розвитку національної економіки.

Дивергенція розвитку промисловості України, яка вже тривалий період знаходиться у кризовому стані, від інших галузей економіки є суттєвою і зростає через лімітовані можливості забезпечення переходу на новий, високотехнологічний рівень поступу. Так, промисловий комплекс України за 2007-2020 р. збільшив обсяги споживання електроенергії на 14,7 в.п., що свідчить про зростання енергоємності ВВП промисловості. Частка капітальних інвестицій у промисловість України серед усіх галузей економіки протягом 2007-2020 рр. зросла на 1,4 в.п., однак, за 2014-2020 рр. зменшилася на 3,8 в.п. Найбільша частка капітальних інвестицій у промисловість спостерігалася у 2019 р. (40,7 %), а також у 2013-2014 рр. (39,4 % і 39,3 % відповідно). Воєнні дії на Сході України, де знаходиться найбільший промисловий потенціал країни, а також пошкоджена промислова інфраструктура, призвели до зниження інвестиційної привабливості промисловості України та зовнішнього попиту на усі групи промислової продукції, а, відтак, і послаблення економічної безпеки галузі через збільшення частки боргових зобов'язань у реалізованій продукції і рівня платежів за борговими зобов'язаннями в активах та доходах, а також зменшення рівнів ліквідності та платоспроможності промислових суб'єктів господарювання. До 2012 р. частка ВДВ промисловості у загальному обсязі ВДВ економіки становила понад 40 %. За 2014-2020 рр. частка ВДВ промисловості зменшилася на 3,1 в.п.

Промисловість і реальний сектор економіки України довгий період перебували у складних умовах, що стало дестимулятором забезпечення сталого розвитку та економічної стійкості країни, а повномасштабна війна РФ проти України призвела до руйнації значної частини об'єктів промисловості, агропромислового сектору, логістичної інфраструктури, блокування експортних операцій тощо. Так, незважаючи на наслідки системної кризи, аграрному сектору України у 2016-2021 рр. вдалося відновити позитивну динаміку розвитку, зокрема індекс сільськогосподарської продукції у 2021 р. становив 116,4 %, у т. ч. у сільськогосподарських підприємствах – 109,8 %, у господарствах населення – 101,5 %. Примітно, що обсяги виробництва продукції рослинництва у 2021 р. збільшилися на 22,6 %, а тваринництва зменшилися на 4,6 %. Суттєве скорочення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції спостерігалася у 2020 р. (10,1 %) за рахунок зменшення обсягів виробництва продукції рослинництва на 12,1 %. Причинними детермінантами скорочення індексів сільськогосподарської продукції головно стали зростання вартості сировинних матеріалів на тлі послаблення споживчого попиту населення.

Примітно, що виробники сільськогосподарської продукції у 2019-2020 рр. функціонували в умовах стабільної державної підтримки агропромислового комплексу, виплаченої в повному обсязі відповідно до бюджетних планів, яка була призначена для малих і середніх сільськогосподарських товаровиробників, а також для галузей, які потребували державної економічної підтримки (тваринництво, садівництво, переробка сільськогосподарської продукції, сільськогосподарське машинобудування). Натомість, у 2021 р. на підтримку фермерства виділено 100 млн грн, що у 4 рази менше, ніж у 2019 р.; обсяги державної економічної допомоги на тваринництво та переробку зменшилися на 2,1 млрд грн за 2019-2021 рр., а на садівництво, виноградарство, хмелярство – на 150 млн грн. Примітно, що за 2019-2021 рр. фінансування програм щодо здешевлення кредитів збільшилося на 1 млрд грн, а обсяг компенсації вартості сільськогосподарської техніки – на 1,1 млрд грн.

Аграрний сектор в Україні як пріоритетна галузь економіки може бути драйвером економічного зростання, а забезпечення високої продуктивності праці у сільському господарстві слугує тригером структурних змін. Так, за 2010-2020 рр. продуктивність праці у сільськогосподарських підприємствах України у розрахунку на одного зайнятого зросла в 2,3 рази або на 476,8 тис. грн. Суттєве зростання темпів проросту продуктивності праці у сільськогосподарських підприємствах спостерігалася у 2011 р. (на 24,2 %), 2013 р. (27,3 %) і 2016 р. (22,6 %), період яких свідчив про економічне відновлення України. У роки економічних потрясінь і системної кризи (2014-2015 р.), а також у період поширення Covid-19 (2020 р.)

темпи проросту продуктивності праці, а також рентабельність сільськогосподарських підприємств скоротилися. У 2014 р. індекс продуктивності праці у сільськогосподарських підприємствах і рівень рентабельності становили 109,0 % і 25,8 % відповідно, що на 10,8 в.п. і 0,3 в.п. відповідно більше, ніж у 2015 р. Відтак, скорочення темпів розвитку агропромислового комплексу призвели до послаблення економічної безпеки галузі через збільшення витратомісткості виробництва сільськогосподарської продукції і обсягів кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом у зобов'язаннях, зменшення рівні економічної автономії суб'єктів господарювання.

У 2021 р. обсяги виробництва продукції рослинництва збільшилися на 19,9 % (для порівняння, у 2020 р. обсяги виробництва скоротилися на 12,1 %). Стійкий розвиток галузі у цей період був детермінований мінімальним впливом пандемії і незначною мінливістю ґрунтово-кліматичних умов, які в 2021 р. дозволили отримати високу врожайність. Натомість, у тваринництві у 2015-2021 рр. спостерігалася стагнація, зокрема скорочення обсягів виробництва у 2020 р. становило 2,5 %. Найбільший негативний вплив на розвиток галузі тваринницької продукції, а, відтак, забезпечення її економічної безпеки, мало зростання цін на проміжну продукцію (кормової бази та енергоресурсів), що стало причиною призупинення або ліквідації діяльності великої кількості виробництв. Крім того, висока конкуренція на внутрішньому ринку з імпортованою молочною продукцією, ціни якої є значно нижчими через високий рівень субсидіювання країнами ЄС, стримувала розвиток молочної галузі, що у підсумку сповільнило темпи прогресу агропромислового комплексу України.

Агропромисловий комплекс України зазнав і найменшого впливу від пандемії Covid-19, про що свідчать показники зовнішньоторговельного обігу сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, які в 2021 р. становили близько 31,1 млрд дол. США, що на 8,44 % більше, ніж у 2020 р., і 24,7 % усього зовнішньоторговельного обігу товарами України. Примітно, що у 2021 р. обсяг експорту продукції аграрного сектору був рівний 24,4 млрд дол. США (39,8 % від загального експорту товарів з України), що на 10 % більше, ніж у 2020 р. Найвагомими складовими експорту продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції були зернові культури, олії, насіння олійних культур. Зменшення обсягів капітальних інвестицій в аграрний сектор на 67,9 в.п. за 2014-2021 рр. і суттєве зношення основних засобів призвели до скорочення частки сільськогосподарської продукції у загальному обсязі валової доданої вартості, що у підсумку спричинило послаблення економічної безпеки через зменшення обсягів фінансових інвестицій в активи сільськогосподарських підприємств, рівня ефективності капітальних вкладень та посилення імпульсів коливань економічної стійкості аграрного сектору України.

Варто наголосити, що війна РФ проти України у 2022 р. призвела до значних втрат аграрного потенціалу України, у т.ч. знищення сільськогосподарської інфраструктури та значних обсягів продовольчої продукції, блокади портів, а, відтак, унеможливлення експорту, що послабило економічну безпеку галузі через зменшення ключових джерел надходжень, зокрема валютної виручки. За підрахунками ООН через війну загинуло 5,7 млн голів птиці, економічні втрати зерна (через викрадення з окупованих регіонів України) складають 613 млн дол. США. За даними Київської школи економіки, Україна збитки галузі внаслідок пошкодження сільськогосподарських угідь, техніки становлять 4,3 млрд дол. США.

Таким чином, сучасні тренди розвитку аграрного сектору економіки України призвели до послаблення таких складових його економічної безпеки, як інвестиційної (зменшення частки інвестицій в активи, рівня реінвестування прибутку, зносу основних засобів); кредитної (зменшення рівнів оборотності дебіторської заборгованості, ліквідності та платоспроможності, економічної стабільності); боргової (збільшення частки боргових зобов'язань у реалізованій продукції, рівня платежів за борговими зобов'язаннями в активах та доходах; частки прострочених боргових зобов'язань); податкової (зменшення обсягів оподаткування прибутку, низький рівень платіжної дисципліни); грошової (збільшення тривалості обороту грошових коштів, зменшення рівнів достатності та ліквідності грошових потоків); системно-структурної (зменшення частки галузі у ВВП і ВДВ; зменшення частки галузі в експорті; зменшення частки галузі у чисельності зайнятих).

У 2020-2021 рр. динаміка розвитку будівельної галузі була нестабільною, періодично спостерігалася як уповільнення, так і прискорення темпів індексу будівельної продукції. Вагомим інструментом забезпечення економічної стійкості галузі в умовах слабкої інвестиційної активності є стабільна державна підтримка, зокрема активне фінансування проектів «Великого будівництва», спрямованих на покращення транспортної і соціальної інфраструктури. Основний приріст обсягів виконаних будівельних робіт спостерігався у 2017 р. (26,4 %) і у 2019 р. (23,6 %), у період, коли з метою освоєння бюджетних коштів реалізація будівельних проектів виконувалася високими темпами. Варто відзначити, що покращення результатів операційної діяльності окремих підприємств реального сектору відобразилося на поживленні попиту на будівництво нежитлових споруд, обсяги якого у 2021 р. зросли на 5,1 %.

У 2020-2021 рр. індекси будівельної продукції збільшилися на 5,6 в.п. і 6,8 в.п. відповідно. Частка нового будівництва складала 29,6 %, капітального та поточного ремонту – 45,1 %, реконструкції та технічного переоснащення – 25,3 %. Позитивна тенденція розвитку будівельної галузі пояснюється реалізацією програм іпотечного кредитування, які спрямовані на покращення можливостей для населення придбати житло на прийнятних умовах, а також зміну економічної поведінки населення щодо раціонального

розподілу грошових коштів і заощаджень через їх інвестування у житлові активи, що сприяло збільшенню обсягів житлового будівництва (темپ приросту індексу житлового будівництва у 2021 р. становив 19,2 %). Так, за даними Міністерства фінансів України у 2021 р. уповноваженими банками з виконання Державної програми «Доступна іпотека 7 %» підписано 1,6 тис. кредитних договорів на загальну суму 1,4 млрд грн, з них 20,81 % – на первинному ринку.

Основним чинником повільних темпів розвитку будівельної сфери України є нерівномірне зростання обсягів реалізованої будівельної продукції і основних засобів будівництва. У 2010 р. темп приросту обсягів реалізованої будівельної продукції становив 13,7 %, натомість, обсяги основних засобів скоротилися на 5,7 %. У 2018 р. темп приросту реалізованої продукції становив 36,9 %, а темп приросту основних засобів був у 2,2 раза менший. За 2014-2020 рр. кількість підприємств у будівельній сфері збільшилася на 1,8 тис. одиниць при середньорічних темпах скорочення на 0,03 %. Суттєве скорочення суб'єктів бізнесу в будівельній сфері на 17,7 % і 16,6 % відбулося у 2014 р. і 2016 р. відповідно. Обсяги виконаних будівельних робіт мали стійку тенденцію до зростання, середньорічний темп росту становив 14,8 %. Відтак, тенденції розвитку та фінансова стійкість будівельної галузі економіки України мають чіткий каузальний зв'язок, оскільки такі індикатори регресу галузі, як високий рівень зносу основних засобів і зменшення темпів реалізації будівельної продукції, одночасно і є чинниками послаблення інвестиційної та інших складових економічної безпеки (зменшення оборотності оборотних активів, фондівіддачі, прибутку на вкладений капітал, рентабельності операційної діяльності та ін.).

Транспортна галузь України за перевезеннями вантажів демонструє динамічний розвиток, що відповідає загальноекономічному тренду поступу країни. У 2020 р. транспортними підприємствами перевезено 1,9 млрд т. вантажів, що становить 103,3 % від обсягів 2019 р. Однак, зменшення обсягів перевезень вантажів протягом 2014-2020 рр. спостерігається за усіма видами транспорту, крім автомобільного, на якому вони збільшилися на 7,4 %. Скорочення перевезень, насамперед, стосується основної номенклатури вантажів, з якими працюють залізниці і які раніше вироблялися на промислових підприємствах південно-східних областей України, значна кількість з яких була змушена суттєво скоротити або припинити виробництво продукції.

У 2021 р. розвиток транспортної галузі України корелював з соціально-економічними та суспільно-політичними факторами, зокрема це зниження транзиту природного газу до країн ЄС, пролонгування перманентних карантинних обмежень протягом року, що стримувало внутрішню і зовнішню міграційну мобільність населення. Однак, транспортна галузь України у 2021 р. продемонструвала зростання обсягів реалізованої продукції, яке, за оцінками Міністерства економіки України, становило 3,2 %. У 2020 р. спостерігалось падіння випуску продукції за ВЕД «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» на 8,24 %, що на 16,4 в.п. менше, ніж у 2019 р. У 2014-2015 рр. транспортна галузь мала високий рівень економічної стійкості через нарощення обсягів реалізованої продукції надземним і трубопровідним транспортом, темпи приросту становили 50,1 % і 55,2 % відповідно. Регрес транспортної галузі України за досліджуваний період спричинив послаблення її економічної безпеки, найбільший негативний вплив якого позначився на інвестиційній і грошовій складових (зменшення інвестиційної привабливості галузі загалом і транспортно-логістичних підприємств зокрема, зростання рівня зносу основних засобів, збільшення тривалості обороту грошових коштів при зменшенні рівня достатності грошових потоків, зменшення рівнів ліквідності й ефективності грошового потоку).

Значне скорочення обсягів вантажообігу у 2021 р. на 17 % (для порівняння у 2019 р. падіння індексу вантажообігу спостерігалось на рівні 3,62 %) пов'язано із політичною кризою України у частині зовнішньої геополітики, зокрема низького попиту з боку Російської Федерації на транзитні послуги трубопровідного транспорту (падіння обсягів вантажообігу якого у 2021 р. становило 14,6 %) щодо постачання природного газу до країн ЄС. Примітно, що сфера залізничного транспорту демонструє збільшення темпів на 2,7 % (у 2020 р. спостерігалось скорочення на 3,4 %), а також попиту з боку промислових підприємств, сфери будівництва та агропромислового сектора. Обсяги вантажообігу автомобільним транспортом у 2021 р. збільшилися на 11,4 % при скороченні обсягів у 2020 р. на 14,1 %, основними контрагентами якого були промислові підприємства, а також будівельна сфера та роздрібний сегмент внутрішнього ринку. Відтак, тренд індексів вантажообігу України свідчить про як і про послаблення економічної безпеки галузі у період економічних криз через суттєве збільшення рівня зносу матеріальних активів, зменшення рівнів ліквідності та платоспроможності суб'єктів господарювання, так і посилення економічної галузі у роки економічного відновлення через суттєве збільшення обсягів реалізованих послуг, залучення фінансових інвестицій, зростання фондівіддачі та рентабельність операційної діяльності.

Деструктивним чинником розвитку транспортної галузі України та забезпечення її економічної стійкості є критичний стан основних засобів, ступінь зносу яких зростав з кожним роком. Так, за 2015-2021 рр. середньорічний темп оновлення основних засобів галузі рівний 1,2 %, що на 5-8 в.п. менше, ніж у інших галузях реального сектора економіки. У 2018 р. спостерігалася найбільша зміна обсягів основних засобів (35,1 %), що на 25,0 в.п. і 30,2 в.п. більше, ніж у 2016 р. і 2021 р. відповідно. Критичний стан основних засобів негативно позначився на обсягах реалізованої продукції, а, відтак, обсягах доходу в розрахунку на вкладений капітал, продуктивності праці, продуктивності фонду оплати праці, оборотності оборотних активів,

фондовіддачі та рентабельності операційної діяльності. Зокрема, обсяги капітальних інвестицій у транспортній сфері зменшилися на 14,21 млрд грн або на 26,9 % за 2018-2021 рр. Суттєве зменшення інвестиційного потоку до галузі спостерігалось у 2020 р. (на 20,3 %), а значне підвищення – у 2017 р. (на 51,1 %). Примітно, що зростання обсягів інвестицій не стало драйвером підвищення рентабельності підприємств транспортної галузі України, які у 2017-2018 рр., період з найбільшими обсягами інвестицій до галузі, мали збиткову операційну діяльність (коефіцієнти рентабельності рівні -1,0 і -1,6 відповідно). Відтак, частка збиткових підприємств галузі має прямий характер залежності з рівнем економічної стійкості галузі, про що свідчить відповідний емпіричний показник у 2015 р. (29,1 %) і 2021 р. (29,7 %) – період, коли економічна безпека транспортної галузі послабилася.

Динаміка розвитку промисловості та реального сектору економіки України не є стійкою, відсутній поступ в інвестиційній, інноваційно-технологічній, ресурсоефективній і соціальній складових економічного зростання пріоритетних галузей національної економіки, що веде до посилення ризиків, пов'язаних з низькою ефективністю структурного реформування економіки, а, відтак, послаблення їхньої економічної безпеки. Викликами державної політики розвитку пріоритетних галузей національної економіки України є невизначеність напрямку їх поступу, відсутність вектору забезпечення прогресу виробництва продукції з високою доданою вартістю, інвестиційної підтримки інноваційно-технологічної модернізації та реіндустріалізації промисловості тощо. Відтак, найсуттєвішими проблемами розвитку пріоритетних галузей економіки, посилення яких призводить до послаблення їх фінансово-економічної безпеки, а, відтак, унеможливлення економічного відновлення країни та нарощення ресурсного потенціалу, погіршення продуктивності, зменшення обсягів діяльності та погіршення її ефективності, є (1) критичний стан основних засобів у базових галузях економіки, (2) погіршення інвестиційного клімату, (3) відсутність дієвих стимулів для інноваційної діяльності, (4) висока енергоємність, нераціональне енергоспоживання, недостатнє використання потенціалу екологічно чистих відновлюваних джерел енергії, (5) посилення залежності галузей економіки від коливань зовнішньоекономічної кон'юнктури та економічної політики країн світу

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розвиток промисловості та галузей реального сектора економіки України залежить від соціально-економічної та інноваційно-інвестиційної політики країни, а також резилентності до соціально-політичних потрясінь, у т.ч. військових конфліктів, світової пандемії та ін. За результатами аналізу встановлено, що промисловість як пріоритетна галузь економіки України протягом 2007-2020 рр. не мала ознак системного розвитку, а протягом останніх років перебувала в кризовому стані. Середньорічні темпи скорочення обсягів виробництва та реалізації промислової продукції за 2010-2021 рр. становили 3,7 в.п. і 20,7 в.п. відповідно, а середньооблікова кількість штатних працівників скоротилася на близько 80 %. Фінансовий результат промислових підприємств зменшився на 51,0 %, а рентабельність операційної діяльності за 2007-2020 рр. зменшилася на 1,9 в.п.

Результати індикативного аналізу засвідчили сигмудальний характер розвитку аграрного сектору України як пріоритетної галузі економіки та водночас драйверу економічного зростання. Прогрес галузі має пряму залежність від продуктивності праці сільськогосподарських підприємств (за 2005-2020 рр. зросла в 2,3 рази) і обсягів державної економічної підтримки (за 2017-2020 рр. збільшилася у 1,4 рази). При цьому агропромисловий комплекс України зазнав найменшого впливу від пандемії Covid-19 (частка сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів у 2021 р. становила 24,7 % у структурі зовнішньоторговельного обігу товарами України). Однак, негативний вплив на розвиток галузі, а, відтак, забезпечення її економічної стійкості, мало зростання цін на проміжну продукцію і високий рівень конкуренції з імпортованою продукцією.

На основі проведеного структурно-темпорального аналізу визначено, що розвиток будівельної галузі України нестабільний і характеризується високою залежністю від соціально-економічних криз та загроз, які виникали внаслідок соціально-політичних турбулентностей. Індекс будівельної продукції у 2012-2015 рр. мав низхідну (з -7,3 % до -12,5 %), а у 2016-2021 рр. – висхідну (з 5,6 % до 26,4 %) динаміки. Виявлено, що основним чинником забезпечення економічної стійкості будівельної сфери в умовах слабкої інвестиційної активності стала стабільна державна підтримка, спрямована на покращення транспортної і соціальної інфраструктури, а позитивна тенденція розвитку будівельної галузі визначена ефективною реалізацією програм іпотечного кредитування, що сприяло збільшенню обсягів житлового будівництва (темпер приросту показника у 2021 р. становив 19,2 %). З іншого боку, основним чинником послаблення економічної безпеки галузі є нерівномірне зростання обсягів реалізованої будівельної продукції і основних засобів будівництва (за 2005-2020 рр. середньорічний темп скорочення вартості основних засобів становив 5,8 в.п.).

Системний аналіз дозволив аргументувати, що розвиток транспортної галузі України відповідає загальноекономічному тренду економічного поступу країни, визначається соціально-економічними та суспільно-політичними факторами, зокрема зниженням транзиту природного газу до країн ЄС, пролонгуванням перманентних карантинних обмежень щодо мобільності населення. Встановлено, що найбільший обсяг реалізованої продукції (надземним і трубопровідним транспортом) галузь демонструвала

у 2014-2015 рр. (темпи приросту становили 50,1 % і 55,2 % відповідно), це також сприяло нарощенню зовнішньоторговельного обороту продукції галузі (за 2020-2021 рр. збільшився на 4,9 %). Проте, деструктивними чинниками розвитку та забезпечення економічної стійкості транспортної галузі України були критичний стан основних засобів (середньорічний темп оновлення на 5-8 в.п. менший, ніж у інших галузях реального сектору економіки) і несприятливий інвестиційний клімат (обсяги капітальних інвестицій у транспортній сфері за 2018-2021 рр. зменшилися на 26,9 %).

Розвиток промисловості та реального сектору економіки України має контраверсійний характер з ознаками невизначеності напряму прогресу, відсутності стабільного фінансового забезпечення виробництва, зокрема продукції з високою доданою вартістю та інвестиційного гарантування інноваційно-технологічної модернізації. За результатами індикативного та структурно-темпорального аналізу визначено екзистенційні виклики розвитку та збереження економічної безпеки пріоритетних галузей економіки: критичний стан основних засобів (який призводить до обмеженої реалізації потенціалу промисловості, зменшення обсягів прибутку, збереження високого рівня ресурсоемності виробництва, зростання обсягів споживання енергоносіїв та ін.); погіршення інвестиційного клімату (з наслідками зменшення обсягів фінансових результатів, рівня рентабельності операційної діяльності, погіршення фінансово-економічного стану, зниження рівня інвестиційної привабливості галузей національної економіки та ін.); відсутність дієвих стимулів для інноваційно-технологічної діяльності (що посилює дивергенцію технологічно-інноваційного розвитку України та розвинутих країн світу, сповільнює темпи структурних перетворень економічної системи, порушує стійкість економічного прогресу на середньо- та довгострокову перспективу, зменшує обсяги ринку інтелектуальної власності галузей економіки та ін.); висока енергоемність, нераціональне енергоспоживання, недостатнє використання потенціалу екологічно чистих відновлюваних джерел енергії (веде до повільних темпів процесів реіндустріалізації промисловості та ускладнення передумов для неоіндустріалізації, додаткового навантаження на зовнішньоторговельний баланс, посилення енергетичної, економічно-політичної залежності промисловості та галузей реального сектору економіки від країн-постачальників, зростання енергоемності ВВП та ін.); посилення залежності галузей економіки від коливань зовнішньоекономічної кон'юнктури та економічної політики країн світу (що призводить до неефективності використання науково-технологічного потенціалу національної економіки, збільшення обсягів експорту товарів з низьким рівнем доданої вартості та ін.).

Подальші наукові дослідження в цій сфері мають стосуватися обґрунтування інституційно-правового та інституційно-організаційного забезпечення державної політики зміцнення економічної безпеки пріоритетних галузей національної економіки України.

Література

1. Баланюк І. Ф., Максимюк М. М. Види економічної безпеки. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2016. Вип. 1 (47). Т. 2. С. 142-145.
2. Білах І. Б. Концептуальні принципи процесу формування механізму економічної безпеки у видавничій галузі. *Економічний простір*. 2020. № 162. С. 136-141.
3. Васильців Т. Г., Уразалієв Р. М. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник ЛТЕУ України*. 2011. Вип. 21.2. С. 153-158.
4. Васильців Т. Г., Ярошко О. Р. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки. *Науковий вісник ЛТЕУ України*. 2011. Вип. 21.2. С. 132-136.
5. Васильчак С. В., Куницька-Іляш М. В., Дубина М. Р. Використання криптовалют в сучасних економічних системах України: перспективи та ризики. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій. Серія «Економічні науки»*, 2017. Том 19. Вип. 76. С. 19-25.
6. Єрмошенко М. М., Горячева К. С. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство: монографія. К.: Національна академія управління, 2010. 232 с.
7. Жураківський Є. С. Концептуальні засади забезпечення економічної безпеки аграрної галузі в умовах інституційних трансформацій. *Агросвіт*. 2015. № 12. С. 63-70.
8. Іляш Н. І. Системні ризики і загрози інвестиційно-інноваційної діяльності у реальному секторі економіки України. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 4. Т.1. С. 76-86.
9. Кіржецька М. С., Кіржецький Ю. І. Економічна безпека підсистем харчової промисловості України: проблеми та пріоритети зміцнення: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2018. 214 с.
10. Лупак Р. Л., Дідич А. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. *Науковий вісник ЛТЕУ України*. 2010. Вип. 20.6. С. 248-252.
11. Олійничук О. Система економічної безпеки держави та рівні її формування: концептуальні аспекти. *Галицький економічний вісник*, 2015. Т. 48. № 1. С. 93-100.
12. Ставерська Т. О. Експрес-оцінювання в системі моніторингу економічної безпеки торговельної галузі. *Держава та регіони*. 2018. № 2 (101). С. 98-103.

13. Юрків Н. Я. Економічна безпека реального сектора економіки України: стратегічні пріоритети і теоретико-методологічні засади забезпечення: монографія. Львів: ПАІС, 2012. 400 с.

14. Berezivskiy Y., Zbarsky V., Zbarska A. Integral evaluation as the basis of analytical support for managing the competitiveness of socially-oriented retailers. *Accounting*. 2021. № 7(4). P. 825-836.

15. LupakR., Boiko R., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. State Management of Import Dependency and State's Economic Security Ensuring: New Approaches to Evaluating and Strategizing. *Accounting*. 2021. Vol. 7. Issue 4. P. 855-864.

References

1. Balanyuk, I. F., Maksymyuk M. M. (2016). Types of economic security. *Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Economics series*. no. 1 (47). Vol. 2. pp. 142-145.
2. Bilah, I. B. (2020). Conceptual principles of the process of forming the mechanism of economic security in the publishing industry. *Economic space*. no 162. pp. 136-141.
3. Vasylytsiv, T. G., Urazaliev, R. M. (2011). Generalization of the conceptual foundations of economic security of the enterprise. *Scientific Bulletin of LTEU of Ukraine*. Vol. 21.2. pp. 153-158.
4. Vasylytsiv, T. G., Yaroshko O. R. (2011). Financial security of the enterprise: place in the system of economic security and priorities of strengthening at the post-crisis stage of economic development. *Scientific Bulletin of LTEU of Ukraine*. Vol. 21.2. pp. 132-136.
5. Vasylychak, S. V., Kunytska-Iliash, M. V., Dubyna M. R. (2017). The use of cryptocurrencies in modern economic systems of Ukraine: prospects and risks. *Scientific Bulletin of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology. Economic Sciences Series*. Vol. 19. no. 76. pp. 19-25.
6. Yermoshenko, M. M., Goriacheva, K. S. (2010). Financial component of economic security: state and enterprise. Kyiv. National Academy of Management. 232 p.
7. Zhurakivskiy, Ye. S. (2015). Conceptual principles of ensuring economic security of the agricultural sector in the conditions of institutional transformations. *Agrosvit*. no 12. pp. 63-70.
8. Iliash, N. I. (2014). Systemic risks and threats of investment and innovation activities in the real sector of Ukraine's economy. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Series: Economic Sciences*. no 4. Vol.1. pp. 76-86.
9. Kirzhetska, M. S., Kirzhetskyi, Yu. I. (2018). Economic security of food industry subsystems of Ukraine: problems and priorities of strengthening. Lviv: Liga-Press. 214 p.
10. Lupak, R. L., Didych, A. M. (2010). Economic bases of ensuring the competitiveness of the enterprise in market relations. *Scientific Bulletin of LTEU of Ukraine*. Vol. 20.6. pp. 248-252.
11. Oliynychuk, O. (2015). The system of economic security of the state and the levels of its formation: conceptual aspects. *Galician Economic Bulletin*. Vol. 48. no 1. pp. 93-100.
12. Staverska, T. O. (2018). Express assessment in the system of monitoring the financial security of the trade industry. *State and regions*. no 2 (101). pp. 98-103.
13. Yurkiv, N. Ya. (2012). Economic security of the real sector of the economy of Ukraine: strategic priorities and theoretical and methodological principles of support. Lviv: PAIS, 400 p.
14. Berezivskiy Y., Zbarsky V., Zbarska A. Integral evaluation as the basis of analytical support for managing the competitiveness of socially-oriented retailers. *Accounting*. 2021. no 7(4). pp. 825-836.
15. LupakR., Boiko R., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. State Management of Import Dependency and State's Economic Security Ensuring: New Approaches to Evaluating and Strategizing. *Accounting*. 2021. Vol. 7. Issue 4. pp. 855-864.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-51>

УДК 65.012

Ірина ЄПІФАНОВА

<https://orcid.org/0000-0002-0391-9026>

e-mail: yepifanova@vntu.edu.ua

Денис БОЛОТНОВ

Вінницький національний технічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-6125-1549>

e-mail: bolotnov@gmail.com

МІСЦЕ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті систематизовано підходи до визначення сутності стратегії та її місця в системі антикризового управління. Визначено, що в сучасних умовах усім підприємствам незалежно від форми господарювання важливим є впровадження стратегії антикризового управління. Узагальнено базові стратегії розвитку підприємств. Визначено етапи реалізації антикризової стратегії підприємства.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, антикризове управління

Iryna YEPIFANOVA, Denis BOLOTNOV

Vinnitsia National Technical University

THE PLACE OF STRATEGY IN AN CRISIS MANAGEMENT SYSTEM OF ENTERPRISES

In the conditions of russia's armed aggression, the loss of a significant number of enterprises of their production capacities, the deterioration of the logistics supply system, the instability of the national currency exchange rate requires active anti-crisis management from all enterprises, which must be carried out in accordance with the formed enterprise development strategy. Despite a significant amount of research in the direction of anti-crisis management, the issue of the relationship between anti-crisis and strategic management requires further research.

The purpose of the article is to determine the relationship and place of strategy in the anti-crisis management system in modern conditions.

The article systematizes approaches to determining the essence of the strategy and its place in the anti-crisis management system. It was determined that in modern conditions, the implementation of an anti-crisis management strategy is important for all enterprises, regardless of the form of management. The basic strategies of enterprise development are summarized: strategies of concentrated growth, strategies of integrated growth, strategies of diversified growth, strategies of reduction.

The stages of the development of a crisis situation at the enterprise are summarized: the appearance of signs of a crisis; crisis detection; financial response to the unfolding of the crisis; unfolding (deepening) of the crisis; the company's reaction to the crisis. The anti-crisis management strategy is defined as an interrelated sequence of actions to ensure the effective economic activity of the enterprise under the conditions of limited resources and the influence of crisis factors. The anti-crisis management strategy should consist of a strategy for overcoming crisis phenomena and a strategy for preventing crisis phenomena. Both components are important and require constant monitoring of the external and internal environment of the enterprise. The stages of the implementation of the anti-crisis strategy of the enterprise are determined.

Keywords: strategy, strategic management, anti-crisis management

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В умовах збройної агресії росії, втрати значною кількістю підприємств своїх виробничих потужностей, погіршення системи логістичного постачання, нестабільності курсу національної валюти вимагає від усіх підприємств активного антикризового управління, яке має здійснюватися згідно з сформованою стратегією розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання антикризового управління піднімалось значною кількістю вчених. Так, Mohsen Karimi Mehr та Ramezan Jahanian розглядають типи криз в організаціях [1], Джеджула В.В. систематизував методичні підходи до оцінювання ефективності антикризового управління за умов інноваційного розвитку для запобігання кризового стану на підприємстві, розглянув основні методики оцінювання ефективності антикризового управління підприємством [2]. Воронкова Т. Є., Приймак Я. В. здійснено аналіз стану та тенденцій розвитку наукових підходів до проблем антикризового управління, у тому числі в умовах розгортання світової пандемії, викликаной COVID-19 [3]. Природа та причини виникнення кризових явищ в Україні досліджуються Якубенком Ю. Л., Сірком А. Ю. [4].

Череп А., Череп О., Огренич Ю. удосконалено та обґрунтовано науково-методичний підхід до оцінки впливу внутрішніх факторів на використання механізму формування стратегії антикризового управління операційною діяльністю промислових підприємств [5], особливістю якого є те, що він дозволяє

визначити групи факторів, перелік показників за кожною групою, обрати фактори, які мають найбільший вплив на використання механізму, упровадження стратегії антикризового управління операційною діяльністю, здійснити оцінку впливу факторів на початковій, головній, завершальній стадіях.

Гой В. В., Васильєв О. В. узагальнили питання антикризового управління на корпоративних підприємствах [6]. Докуніна К.І. [7] в своїй праці досліджує теоретичні підходи до розкриття сутності поняття «антикризове управління підприємством» й виокремлює основні його функції на підприємстві. Проблеми антикризового управління досліджують й Онісіфорова В. Ю., Сідельнікова В. К. [8], Єліфанова І. Ю., Оранська Н. О. [9], Ахновська І.О. [10] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень у напрямку антикризового управління, питання взаємозв'язку антикризового та стратегічного управління потребують подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення взаємозв'язку та місця стратегії в системі антикризового управління в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу

Ефективне антикризове управління передбачає його поєднання із системою стратегічного управління підприємством, яке на думку ряду вчених є діяльністю з досягнення важливих довгострокових цілей системи в умовах зовнішнього середовища, яке постійно змінюється, шляхом зміни стану самої системи [11]. Основними елементами стратегічного управління є підприємство та зовнішнє середовище. Підприємство, яке є складовою зовнішнього середовища, для забезпечення ефективної діяльності, повинне вміти адаптуватись до наявних та можливих змін зовнішнього середовища. Зовнішньому середовищу, яке є динамічною системою, властиві постійні зміни. Підприємство, як складова даної системи, повинне завжди оперативнo реагувати на такі зміни. Саме тому успіху можуть досягнути не ті підприємства, які здатні сформулювати вдалу стратегію, а такі, які здатні вчасно адаптувати її згідно із змінами. У зв'язку із цим, питання стратегічного управління інноваційною діяльністю є досить актуальними для вітчизняних підприємств.

Класичний підхід до вибору стратегій представлений у роботах Ансоффа І., на думку якого стратегія є набором правил для ухвалення рішень, якими організація керується у своїй діяльності [11].

На думку Портера М., стратегія – це створення унікальної й вигідної позиції, що передбачає певний набір видів діяльності. Якби була тільки одна ідеальна позиція, не було б ніякої потреби в стратегії [12]. Цей набір передбачає детальний аналіз умов господарювання підприємства із врахуванням зовнішнього середовища.

Підходи до управління проходили певну еволюцію і в сучасних умовах вони характеризуються такими рисами [13]:

- підприємства мають на постійній основі модифікувати конкурентні переваги для утримання позицій ринкового лідера;
- необхідно відходити від логічно раціональних класичних рішень, оскільки вони легко передбачаються конкурентами, в сучасних умовах важливими є нетрадиційні рішення;
- стратегія має бути короткотерміною, оскільки умови господарювання швидко змінюються і ці тенденції все посилюються, що вимагає постійного перегляду стратегічних рішень.

Каплан Р. та Нортон Д. зазначають, що в 70 % підприємства отримують проблеми, які пов'язані не із поганою стратегією, а із невдалою її реалізацією [14]. Саме тому досить важливим є не лише процес формування, проте й управління реалізацією стратегії.

У підсумку стратегія підприємства має відповісти на низку питань, серед яких найголовнішими є:

- у яких напрямках господарської діяльності вигідніше розвиватися;
- в чому саме діяльність підприємства має бути унікальною;
- які ресурси (фінансові, трудові, матеріальні) будуть необхідні;
- як прибуток буде отримано при розвитку цих напрямків.

На практиці підприємства застосовують так звані базисні або еталонні стратегії розвитку (рис. 1):

- стратегії концентрованого зростання, що пов'язані зі зміною продукту і (чи) ринку;
- стратегії інтегрованого зростання;
- стратегії диверсифікованого зростання;
- стратегії скорочення.

Особливого значення стратегічне управління має для антикризового управління, що зумовлює формування стратегії антикризового управління, яка є частиною загальної стратегії суб'єкта господарювання.

Стратегія антикризового управління – це взаємопов'язана послідовність дій щодо забезпечення ефективної господарської діяльності підприємства за умов обмеженості ресурсів та впливу кризових чинників.

Стратегія антикризового управління має складатись зі стратегії подолання кризових явищ та стратегії недопущення кризових явищ. Обидві складові мають важливе значення та вимагають постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

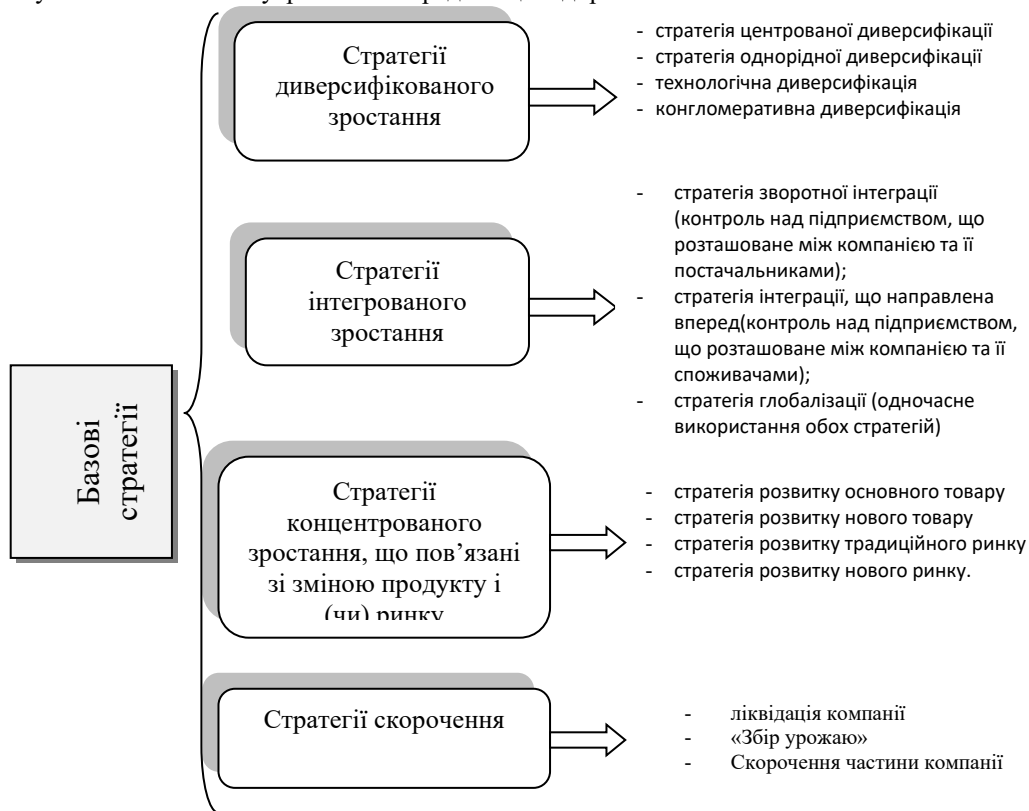


Рис. 1. Види базових стратегій розвитку

Розвиток кризової ситуації на підприємстві проходить у декілька етапів, на кожному з яких є можливим розроблення та впровадження антикризових заходів за допомогою інструментів антикризового менеджменту:

- поява ознак кризи;
- виявлення кризи;
- фінансова реакція на розгортання кризи;
- розгортання (поглиблення) кризи;
- реакція підприємства на кризу.

Залежно від дій менеджменту та ефективності розроблення та реалізації антикризових заходів відбувається поглиблення кризи або оздоровлення підприємства – вихід із кризового стану.

Зважаючи на існуючі складові реалізації стратегії можна виділити такі етапи реалізації антикризової стратегії підприємства:

- формування цілей і завдань господарської діяльності;
- аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища;
- формування стратегії антикризового управління підприємством;
- планування реалізації стратегії антикризового управління;
- контроль за реалізацією стратегії антикризового управління та коригування за необхідності;
- оцінка ефективності стратегії антикризового управління.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, визначено, що в сучасних умовах важливим є впровадження на підприємствах антикризової стратегії. Стратегія антикризового управління – це взаємопов'язана послідовність дій щодо забезпечення ефективної господарської діяльності підприємства за умов обмеженості ресурсів та впливу кризових чинників. Стратегія антикризового управління має складатись зі стратегії подолання кризових явищ та стратегії недопущення кризових явищ. Визначено етапи реалізації антикризової стратегії підприємства.

Література

1. Mohsen Karimi Mehr, Ramezan Jahanian. Crisis Management and Its Process in Organization. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2016. №5. P.143-148.

2. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. Оцінювання ефективності антикризового управління підприємства за умов інноваційного розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 11. С. 10-14.
3. Воронкова Т. Є., Приймак Я. В. Трансформація антикризового управління в сучасних економічних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. №10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/98.pdf.
4. Якубенко Ю. Л., Сірко А. Ю. Сутність кризових явищ в Україні та напрями їх подолання. *Агросвіт*. 2021. № 24. С. 39–45. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.24.39](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.24.39)
5. Череп А., Череп О., Огренич Ю. Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки впливу факторів на використання механізму формування стратегії антикризового управління операційною діяльністю промислових підприємств у кризових умовах. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2022. 1(42), С. 134–144. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.1.42.2022.3681>.
6. Гой В. В., Васильєв О. В. Антикризове управління корпоративними підприємствами: теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2018. №8. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/157.pdf
7. Докуніна К.І. Антикризове управління підприємством: сутність поняття та функції. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 36 (1). С. 113-116.
8. Онісіфорова В. Ю., Сідельнікова В. К. Актуальні аспекти антикризового управління підприємством. *Проблеми і перспективи розвитку підприємства*: зб. наук. пр. 2020. № 2 (25). С. 137-145.
9. Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. Сутність антикризового управління підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 265-269.
10. Ахновська І.О. Антикризове управління підприємством в умовах нестабільного економічного середовища. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/514.pdf>.
11. Ansoff I. H. *Strategic Management*. New York, Macmillan, 2007, 233p.
12. Porter, M. E. *On Competition*. Updated and Expanded Ed. Boston: Harvard Business School Publishing, 2008, 576 p.
13. Єпіфанова І. Ю. *Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення* : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.
14. Robert S. Kaplan, David P. Norton *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press, 1996, 336 p.

References

1. Mohsen Karimi Mehr, Ramezan Jahanian (2016) Crisis Management and Its Process in Organization. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, no. 5, p. 143-148.
2. Dzhedzhula V.V., Yepifanova I.Yu., Oranska N.O. (2017) Otsiniuvannya efektyvnosti antykrizovoho upravlinnia pidpriemstva za umov innovatsiynoho rozvytku. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. No. 11, p. 10-14.
3. Voronkova T. Ye., Pryimak Ya. V. (2021) Transformatsiia antykrizovoho upravlinnia v suchasnykh ekonomichnykh umovakh. *Efektivna ekonomika*, no. 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/98.pdf.
4. Yakubenko Yu. L., Sirko A. Yu. (2021) Sutnist krizovykh yavysch v Ukraini ta napriamy yikh podolannya. *Ahrosvit*, no. 24, p. 39–45. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.24.39](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.24.39)
5. Cherep A., Cherep O., Ohrenych Yu. (2022). Udokonalennia naukovo-metodychnoho pidkhdou do otsinky vplyvu faktoriv na vykorystannia mekhanizmu formuvannia stratehii antykrizovoho upravlinnia operatsiynoiu diialnistiu promyslovykh pidpriemstv u krizovykh umovakh. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(42), p. 134–144. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.1.42.2022.3681>.
6. Goy, V. V., Vasiliev, O. V. (2018) Antykrizove upravlinnia korporativnymy pidpriemstvamy: teoretichni aspekty. *Efficient economy*, no. 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/157.pdf
7. Dokunina K. I. (2018) Antykrizove upravlinnia pidpriemstvom: sutnist poniattia ta funktsii [Anti-crisis management of the enterprise: the essence of the concept and function]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, Issue 36 (1), pp. 113-116.
8. Onisiforova V. Yu., Sidelnikova V. K. (2020) Aktualni aspekty antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom. *Problems and prospects of enterprise development*, no. 2 (25), pp. 137-145.
9. Yepifanova I. Yu., Oranska N. O. (2016) Sutnist antykrizovoho upravlinnia pidpriemstva. *Economy and society*, issue 2, pp. 265-269.
10. Akhnovska I. O. (2015) Antykrizove upravlinnia pidpriemstvom v umovakh nestabilnoho ekonomichnoho sere dovyscha. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/514.pdf>.
11. Ansoff I. H. (2007) *Strategic Management*. New York, Macmillan.
12. Porter, M. E. (2008) *On Competition*. Updated and Expanded Ed. Boston: Harvard Business School Publishing.
13. Yepifanova I. Yu. (2019) *Upravlinnia innovatsiynoiu diialnistiu promyslovykh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni aspekty finansovoho zabezpechennia : monohrafiia*. Vinnytsia : VNTU
14. Robert S. Kaplan, David P. Norton (1996) *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.

За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

**Повні вимоги до оформлення рукопису
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?page_id=35**

Підп. до друку 26.05.2022. Ум. друк. арк. 36,80. Обл.-вид. арк. 34,74.
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.